

강의계획서

교과목	교과목명	고객관계관리(CRM)	학점	3
	개설학부(과)/전공	유통경영학과	담당교수	옥정원
수업목표	본 수업은 현대마케팅의 이론적 토대라 할 수 있는 관계마케팅에 대한 제반 개념 및 이론 등을 살펴보고, 이러한 관계마케팅의 실천수단이자 도구인 CRM(고객관계관리)기법에 대한 전략적 마인드를 고취시키고자 한다.			
교과목개요	전반적으로 본 교과목은 CRM의 제반 기초를 바탕으로 그 구성요소와 전략적 이슈들, 그리고 실천도구들에 대한 논의로 구성되어 있다. 구체적인 교과목의 흐름은 다음과 같다. 1. CRM의 기본적 이해 2. CRM의 기술 및 시스템 3. CRM 전략 4. CRM과 조직			
수업형태	강의유형	강의, 토론, 발표		
	교육자료	빔 프로젝트, 수업교재 직접제작, 기타		

주별 강의 내용

주 별	강의(실습) 내용	강의(실습) 방법	활용 기자재
1	고객의 중요성		
2	고객만족과 로열티		
3	CRM의 의미		
4	CRM의 활용과 구성요소		
5	CRM의 단계(관계맺기)		
6	고객가치의 이해		
7	CRM의 단계(고객유지 및 이탈)		
8	CRM의 단계(우량고객 및 고객수익성)		
9	CRM의 마케팅 캠페인		
10	CRM 고객서비스		