

# 교수 계획서

(학사지원과제출용)

◆교시 : 진리·정의·창의

◆교육목표 : 진리를 탐구하는 지성인, 정의를 구현하는 지도자, 창의를 실현하는 세계인

교과목보	개설년도	2012	개설학기	2학기	교과목번호	505084	분반	001
	교과목명	고객관계관리						
	학점/시간	3/3	이수구분	전공심화	교과목유형	이론		
	강의실	국제 506			실습실사용			
	강의시간	월요일 [2-3]      화요일 [1-1]						
	수강대상	e비즈니스학과(3)			주관학과	e비즈니스학과		
담당교수	성명	박기남 (인)		소속	e비즈니스학과		직위	부교수
	E-mail			홈페이지			실습조교	
	연구실	국제관,711호 박기남교수실		연락처			상담시간	수요일 14시-17시
교과목개요	e-비즈니스의 수익창출을 위해 필수적인 CRM에 관한 전반적인 사항을 이해한다. e-비즈니스의 개념과 e-비즈니스 모델에 대한 이해, CRM과 e-CRM의 개념 이해, 그리고 e-비즈니스 특유적인 CRM의 구축과 실행에 대해서 이해한다.							
교과목교육목표	CRM개념에 대한 명확한 이해와 e-비즈니스 모델에 적합한 e-CRM에 대해 이해한다.							
사회진출가능직종	대분류	사무 종사자			소분류	기획 및 홍보사무 종사자		
추천 선수과목	e-비즈니스개론							
수업방법	강의식[v] 산학연계[ ]	발표 및 토의[v] 과제중심수업[v]		세미나[ ] 실험.실습.실기[ ]	팀티칭[v] 기타[ ]			( )
기자재 / 재료	컴퓨터[v] 차트[ ]	OHP[v] 슬라이드[ ]	비디오[ ] 빔프로젝트[v]	오디오[ ] 실물환등기[ ]	모형물[ ] 기타[ ]			( )
평가방법	중간시험(%)	기말시험(%)	출석(%)	과제물(%)	수시평가(%)			
	30%	30%	20%	10%	10%			
주교재	죽은 CRM 살아있는 CRM, 최정환, 이유재, 한연출판사, 2003, ₩20,000							
부교재	e비즈니스 모델에 맞는 e-CRM, 김재문, 거름, 2002, ₩15,000							
참고문헌 및 관련 인터넷 사이트								
수업의 질 관리	수업방법 개선방안	팀별, 개인별 과제물을 통해 학생들의 참여율을 높인다.						
	과제물 처리	1. 정정하여 학생들에게 되돌려 준다. 예[v] 아니오[ ] 2. 위와 다른 처리방법 :						

*주별 학습내용		505084-001
주 별	강 의 내 용	과 제 물
제 1 주	고객이란 무엇이며, 왜 고객관계가 현대 경영에서 중요한가에 관하여 살펴보고 학생들이 생각하는 고객관계관리(CRM)와 학문적 의미의 차이를 살펴본다.	경영학 관련 서적 독후감 제출 CEO 칭기스칸, 삼성경제연구소, 김종래 지음
제 2 주	현대기업들의 고객관계관리 전략을 살펴보고 고객관계관리 프로그램을 수행한 성공적인 사례들에 관하여 설명하면서 시사점을 토론한다.	각 조별 발표준비
제 3 주	1.고객의 재발견 공통언어로서 고객을 살펴보고 고객점유율을 높이기 위한 다양한 방법에 관하여 학습한다.	각 조별 발표준비
제 4 주	2.로열티의 시대 고객만족과 로열티의 관계를 살펴보고 로열티의 유형과 기업성과간의 관계에 관하여 학습한다.	각 조별 발표준비
제 5 주	3.새로운 패러다임 : CRM 새로운 패러다임으로서 고객관계관리가 갖는 의미를 살펴보고 고객관계관리가 발전해온 역사와 배경에 관하여 학습한다.	각 조별 발표준비
제 6 주	4.CRM, 투자할 가치가 있는가? 기업에서 CRM투자를 가로막는 걸림돌을 살펴보고 이를 극복하기 위한 투자 합리화 요건과 투자대비 효과를 실증적으로 분석하는 방법을 학습한다.	각 조별 발표준비
제 7 주	5.인터넷과 eCRM & 6.CRM의 핵심 구성요소 e비즈니스 시대의 인터넷의 특성에 관하여 학습하고 e비즈니스 상의 고객관계관리의 중요성과 의미를 고찰한다. 기업의 비즈니스 목표와 전략, 기술 인프라, 조직의 역량과 준비, 비즈니스 프로세스, 비즈니스 인텔리전스	CRM관련 자료 및 출판물 독후감 제출 신문기사 및 서적 스크랩 및 독후감
제 8 주	중간고사	각 조별 발표준비
제 9 주	7.관계맺기 & 8.관계유지 및 끊기 자산으로서의 고객개념을 살펴보고 고객 포트폴리오의 개념을 살펴본다. 기업에게 수익성이 높은 고객과 적합성이 높은 고객을 선별하여 활용하는 방법을 학습한다. 현대경영에서 고객의 유지의 중요성과 의미를 살펴보고	각 조별 발표준비
제 10 주	9.우량고객 만들기 & 10.고객 수익성 향상 우량고객의 정의를 살펴보고 고객 수익기여도 분석방법과 우량고객 처우방법에 관하여 학습한다. 또 고객 수익성을 향상시키기 위한 교차판매와 업셀링 기법에 관하여 살펴본다.	각 조별 발표준비
제 11 주	11.CRM 마케팅 캠페인 & 12.CRM상품과 가격관리 CRM마케팅 캠페인의 의미와 캠페인 개발 및 실행과정에 관하여 학습한다. 또 CRM을 활용한 커스트마이제이션의 의미를 살펴보고 여러가지 유형과 활용방법에 관하여 학습하고 CRM 가격관리 방법에 관하여 살펴본다.	각 조별 발표준비
제 12 주	13.CRM커뮤니케이션과 채널관리 & 14.CRM 고객 상호작용 센터관리 퍼미션 마케팅의 개념과 대화의 중요성에 관하여 살펴보고 채널과 커뮤니케이션 통합의 중요성에 관하여 학습한다. 또 기업의 얼굴로서 콜센터의 역할과 CIC의 중요성 및 CIC 기술에 관하여 학습한다.	각 조별 발표준비
제 13 주	15.CRM 조직과 프로세스관리 & 16.CRM아키텍처 & 17.CRM을 위한 비즈니스 인텔리전스 CRM조직을 위한 변화의 필요성과 고객중심조직의 특징 및 CRM을 위한 기업문화와 업무혁신에 관하여 학습한다. 또 CRM시스템 구축을 위한 로지컬	각 조별 발표준비
제 14 주	18.CRM의 도전과 미래 & CRM관련 신문보도 및 논문발표 CRM이 당면한 도전과 미래과제를 살펴보고 향후 기업의 CRM의 전략적 방향을 가능해본다. 또 CRM에 관한 각종 서적과 신문자료 및 발표논문을 수집하여 지금까지 CRM의 학술적 연구방향과 미래 전개방향에 관한 시사점을 얻는다.	CRM자료 및 출판물 독후감 제출
제 15 주	기말고사	