

Τίτλος Μαθήματος	Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων (CRM)				
Κωδικός Μαθήματος	LOGS122				
Τύπος μαθήματος	Θεωρητικό				
Επίπεδο	Δίπλωμα / Ανώτερο Δίπλωμα				
Έτος / Εξάμηνο φοίτησης	1 <sup>ο</sup> Έτος/ 2 <sup>ο</sup> Εξάμηνο				
Όνομα Διδάσκοντα	Παναγιώτου Έλενα				
ECTS	4	Διαλέξεις / εβδομάδα	2	Εργαστήρια / εβδομάδα	-
Στόχοι Μαθήματος	Το μάθημα αποσκοπεί στο να κατανοήσουν οι φοιτητές το ρόλο και την σημαντικότητα της στρατηγικής διαχείρισης των πελατειακών σχέσεων σε μία επιχείρηση.				
Μαθησιακά Αποτελέσματα	<p>Με την ολοκλήρωση του μαθήματος, οι φοιτητές αναμένεται να:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Κατανοούν γιατί οι εταιρείες και οι πελάτες έχουν κίνητρα να δημιουργήσουν και να διατηρήσουν τις σχέσεις μεταξύ τους</li> <li>▪ Αναγνωρίζουν τα διάφορα στάδια της ζωής των πελατών</li> <li>▪ Γνωρίζουν το βασικό ρόλο και την ανάλυση του χαρτοφυλακίου πελατών</li> <li>▪ Κατανοούν τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά μιας αποτελεσματικής τεχνολογικής αρχιτεκτονικής για τη Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων</li> <li>▪ Κατανοούν την σύνθεση του επιχειρηματικού δικτύου</li> <li>▪ Αναγνωρίζουν τη διαφορά μεταξύ θετικής και αρνητικής διατήρησης πελατών</li> <li>▪ Είναι σε θέση να λαμβάνουν αποφάσεις όσον αφορά διάφορες στρατηγικές για διατήρηση πελατών</li> <li>▪ Κατανοούν τα ζητήματα που πρέπει να ληφθούν υπόψη κατά την ανάπτυξη μιας βάσης δεδομένων πελατών.</li> </ul>				
Προαπαιτούμενα		Συναπαιτούμενα			
Περιεχόμενο Μαθήματος	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Έννοια της διαχείρισης σχέσεων πελατών</li> <li>▪ Η αλυσίδα αξίας διαχείρισης σχέσεων πελατών</li> <li>▪ Πληροφορική για διαχείριση σχέσεων πελατών</li> <li>▪ Ανάλυση χαρτοφυλακίου πελατών</li> <li>▪ Οικειότητα πελατών</li> <li>▪ Δημιουργία και διαχείριση δικτύων</li> <li>▪ Δημιουργία αξίας για τους πελάτες</li> <li>▪ Διαχείριση του κύκλου ζωής του πελάτη: απόκτηση πελάτη</li> <li>▪ Διαχείριση του κύκλου ζωής του πελάτη: διατήρηση πελατών και ανάπτυξη</li> <li>▪ Οργάνωση για διαχείριση σχέσεων πελατών</li> </ul>				

Μεθοδολογία Διδασκαλίας	Η διδασκαλία γίνεται μέσω διαλέξεων, παρουσιάσεων, ανάλυσης μελέτης περίπτωσης, προβολή βίντεο και συζητήσεων εντός της τάξης.
Βιβλιογραφία	<p><b>Ελληνική</b> Κοσμάτος, Β., (2011). <i>CRM Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων</i>. Κλειδάριθμος. ISBN: 9789604614431.</p> <p><b>Αγγλική</b> Buttle, F. and Maklan, S., (2019). <i>Customer Relationship Management</i>. 4th ed. New York: Routledge. ISBN: 9781138498259</p>
Αξιολόγηση	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Παρουσία και Συμμετοχή 10%</li> <li>• Εργασία 10%</li> <li>• Ενδιάμεση Γραπτή Εξέταση 30%</li> <li>• Τελική Γραπτή Εξέταση 50%</li> </ul>
Γλώσσα	Ελληνική ή Αγγλική