

## ลักษณะรายวิชา

1. รหัสและชื่อวิชา 10218405 ลูกค้าสัมพันธ์  
(Customer Relationship)
2. สภาพรายวิชา กลุ่มทักษะวิชาชีพเลือก
3. ระดับรายวิชา ภาคการศึกษาที่ 1 ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 3
4. รายวิชาพื้นฐาน -
5. เวลาศึกษา ทฤษฎี 1 ชั่วโมง ปฏิบัติ 2 ชั่วโมง รวมทั้งสิ้น 3 ชั่วโมง และนักศึกษาจะต้องใช้เวลาศึกษาค้นคว้านอกเวลา 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ตลอด 16 สัปดาห์
6. จำนวนหน่วยกิต 2 หน่วยกิต
7. จุดมุ่งหมายรายวิชา
  1. เข้าใจหลักการและกระบวนการลูกค้าสัมพันธ์
  2. มีทักษะในการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า
  3. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการทำงานด้วยความมีมนุษยสัมพันธ์ความสุภาพอ่อนน้อมความแนบเนียนและการควบคุมตนเอง
8. คำอธิบายรายวิชา ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการลูกค้าสัมพันธ์พฤติกรรมลูกค้ากระบวนการลูกค้าสัมพันธ์การจัดการฐานข้อมูลลูกค้าการสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าการจัดการข้อร้องเรียนคุณสมบัติของผู้ปฏิบัติงานลูกค้าสัมพันธ์

## การแบ่งหัวข้อบทเรียน

บทเรียน ที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
1	<b>1. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับลูกค้า</b> 1.1 ความหมายของลูกค้า 1.2 ประเภทของลูกค้า 1.3 กระบวนการพัฒนาลูกค้า 1.4 กระบวนการความคาดหวังของลูกค้า 1.5 เกณฑ์ในการวัดระดับคุณภาพของลูกค้า 1.6 คุณค่าและความพึงพอใจให้กับลูกค้า 1.7 ประเภทของตลาดลูกค้า 1.8 วิวัฒนาการของการตลาดและลูกค้า	2	4
2	<b>2. พฤติกรรมของลูกค้า</b> 2.1 ความหมายของพฤติกรรมลูกค้า 2.2 การศึกษาพฤติกรรมของลูกค้า 2.3 ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้า 2.4 กระบวนการพฤติกรรมลูกค้า 2.5 พฤติกรรมลูกค้า 2.6 ลักษณะของการเกิดพฤติกรรมของลูกค้า 2.7 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการศึกษาของลูกค้า 2.8 แนวโน้มพฤติกรรมของลูกค้าในอนาคต	2	4
3	<b>3. การสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า</b> 3.1 การสร้างลูกค้าใหม่ 3.2 การสื่อสารทางการตลาดเพื่อการหาลูกค้าใหม่ให้กับองค์กร 3.3 วิธีการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า 3.4 ประโยชน์ในการรักษาลูกค้าเก่า 3.5 ความจำเป็นในการรักษาลูกค้าเก่า 3.6 การลดอัตราการสูญเสียลูกค้าเก่า 3.7 กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ 3.8 การพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้า 3.9 เทคนิคในการบริการให้ลูกค้าพึงพอใจ	2	4

บทเรียน ที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
4	<b>4. การจัดการฐานข้อมูลลูกค้า</b> 4.1 ความหมายของฐานข้อมูล 4.2 ฐานข้อมูลลูกค้า 4.3 ถึงประโยชน์ของฐานข้อมูลลูกค้า 4.4 องค์ประกอบฐานข้อมูลลูกค้า 4.5 แนวทางในการบริหารฐานข้อมูลลูกค้า 4.6 เกี่ยวกับระบบการบริหารฐานข้อมูลลูกค้า 4.7 บัญชีรายชื่อลูกค้า 4.8 ถึงวัตถุประสงค์การจัดทำบัญชีรายชื่อลูกค้า 4.9 กลยุทธ์ทางการตลาดจากการใช้ฐานข้อมูลลูกค้า 4.10 องค์ประกอบเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดทำระบบฐานข้อมูล	2	4
5	<b>5. หลักและกระบวนการลูกค้าสัมพันธ์</b> 5.1 หลักการลูกค้าสัมพันธ์ 5.2 วิธีการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า 5.3 แนวคิดพื้นฐานของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ 5.4 ถึงวัตถุประสงค์ของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ 5.5 ประโยชน์ของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ 5.6 กระบวนการลูกค้าสัมพันธ์ 5.7 ขั้นตอนการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ 5.8 ประเภทของลูกค้าสัมพันธ์ 5.9 แบบจำลองเกี่ยวกับ CRM 5.10 การออกแบบกลยุทธ์ CRM 5.11 ปัจจัยที่ทำให้เกิดความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ 5.12 ข้อควรระวังของการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์	2	4

บทเรียน ที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
6	<b>6. เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์</b> 6.1 เทคโนโลยีสารสนเทศกับการจัดการกับลูกค้าสัมพันธ์ 6.2 เทคโนโลยีที่จำเป็นต้องใช้ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ 6.3 เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ 6.4 จุดเด่นของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ 6.5 ซอฟต์แวร์มาใช้ในการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ 6.6 รู้ปัญหาในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ 6.8 รูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในอนาคต 6.9 รูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้	2	4
7	<b>7. การจัดการข้อร้องเรียน</b> 7.1 ความหมายของข้อร้องเรียน 7.2 สาเหตุที่ทำให้ลูกค้าเกิดข้อร้องเรียน 7.3 ประเภทข้อร้องเรียนของลูกค้า 7.4 หลักการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า 7.5 ทักษะที่ถูกต้องเกี่ยวกับข้อร้องเรียน 7.6 การร้องเรียน 7.7 ผู้รับการร้องเรียน 7.8 รู้ประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดการข้อร้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ	2	4
8	<b>8. คุณสมบัติของผู้ปฏิบัติงานและลักษณะงานลูกค้าสัมพันธ์</b> 8.1 คุณสมบัติของผู้ปฏิบัติงานลูกค้าสัมพันธ์ 8.2 รักในงานด้านบริการ 8.3 ลักษณะงานของลูกค้าสัมพันธ์ได้ 8.4 วิธีการสร้างมนุษยสัมพันธ์ 8.5 คุณสมบัติและลักษณะงานของหน่วยงานต่าง ๆ 8.6 แบบสอบถามและการตอบคำถามของพนักงานลูกค้าสัมพันธ์	1	2
9	<b>9. กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์</b> 9.1 กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ 9.2 กิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าสัมพันธ์	1	2

### จุดประสงค์การสอน

บทเรียน ที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
1	<b>1. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับลูกค้า</b> 1.1 บอกความหมายของลูกค้าได้ 1.2 จำแนกประเภทของลูกค้าได้ 1.3 อธิบายกระบวนการพัฒนาลูกค้าได้ 1.4 อธิบายกระบวนการความคาดหวังของลูกค้าได้ 1.5 อธิบายเกณฑ์ในการวัดระดับคุณภาพของลูกค้าได้ 1.6 สร้างคุณค่าและความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ 1.7 จำแนกประเภทของตลาดลูกค้าได้ 1.8 อธิบายวิวัฒนาการของการตลาดและลูกค้าได้	2	4
2	<b>2. พฤติกรรมของลูกค้า</b> 2.1 บอกความหมายของพฤติกรรมลูกค้าได้ 2.2 อธิบายอธิบายการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าได้ 2.3 รู้และเข้าใจถึงประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าได้ 2.4 อธิบายกระบวนการพฤติกรรมลูกค้าได้ 2.5 วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าได้ 2.6 อธิบายลักษณะของการเกิดพฤติกรรมของลูกค้าได้ 2.7 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการศึกษาของลูกค้าได้ 2.8 วิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมของลูกค้าในอนาคตได้	2	4
3	<b>3. การสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า</b> 3.1 อธิบายการสร้างลูกค้าใหม่ได้ 3.2 สื่อสารทางการตลาดเพื่อการหาลูกค้าใหม่ให้กับองค์กรได้ 3.3 รู้และเข้าใจถึงวิธีการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ 3.4 รู้และเข้าใจถึงประโยชน์ในการรักษาลูกค้าเก่าได้ 3.5 อธิบายความจำเป็นในการรักษาลูกค้าเก่าได้ 3.6 อธิบายการลดอัตราการสูญเสียลูกค้าเก่าได้ 3.7 อธิบายกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ได้ 3.8 อธิบายการพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ 3.9 มีเทคนิคในการบริการให้ลูกค้าพึงพอใจได้	2	4

บทเรียน ที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
4	<b>4. การจัดการฐานข้อมูลลูกค้า</b> 4.1 บอกความหมายของฐานข้อมูลได้ 4.2 รู้และเข้าใจเกี่ยวกับฐานข้อมูลลูกค้า 4.3 รู้และเข้าใจถึงประโยชน์ของฐานข้อมูลลูกค้า 4.4 รู้และเข้าใจองค์ประกอบฐานข้อมูลลูกค้า 4.5 รู้แนวทางในการบริหารฐานข้อมูลลูกค้า 4.6 รู้และเข้าใจเกี่ยวกับระบบการบริหารฐานข้อมูลลูกค้า 4.7 จัดทำบัญชีรายชื่อลูกค้าได้ 4.8 รู้และเข้าใจถึงวัตถุประสงค์การจัดทำบัญชีรายชื่อลูกค้า 4.9 รู้และเข้าใจกลยุทธ์ทางการตลาดจากการใช้ฐานข้อมูลลูกค้า 4.10 อธิบายองค์ประกอบเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดทำระบบฐานข้อมูลได้	2	4
5	<b>5. หลักและกระบวนการลูกค้าสัมพันธ์</b> 5.1 รู้และเข้าใจหลักการลูกค้าสัมพันธ์ 5.2 รู้และเข้าใจวิธีการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า 5.3 รู้และเข้าใจแนวคิดพื้นฐานของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ 5.4 รู้และเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ 5.5 รู้และเข้าใจถึงประโยชน์ของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ 5.6 รู้และเข้าใจกระบวนการลูกค้าสัมพันธ์ 5.7 อธิบายขั้นตอนการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ได้ 5.8 อธิบายประเภทของลูกค้าสัมพันธ์ได้ 5.9 รู้และเข้าใจแบบจำลองเกี่ยวกับ CRM 5.10 การออกแบบกลยุทธ์ CRM ได้ 5.11 บอกปัจจัยที่ทำให้เกิดความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ 5.12 บอกข้อควรระวังของการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ได้	2	4

บทเรียน ที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
6	<b>6. เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์</b> 6.1 ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับการจัดการกับลูกค้าสัมพันธ์ได้ 6.2 บอกเทคโนโลยีที่จำเป็นต้องใช้ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ได้ 6.3 นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ได้ 6.4 บอกจุดเด่นของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ได้ 6.5 นำซอฟต์แวร์มาใช้ในการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ได้ 6.6 รู้และเข้าใจปัญหาในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหาร 6.7 ลูกค้าสัมพันธ์ได้ 6.8 รู้และเข้าใจรูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในอนาคต 6.9 พัฒนารูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้	2	4
7	<b>7. การจัดการข้อร้องเรียน</b> 7.1 บอกความหมายของข้อร้องเรียนได้ 7.2 บอกสาเหตุที่ทำให้ลูกค้าเกิดข้อร้องเรียนได้ 7.3 บอกประเภทข้อร้องเรียนของลูกค้าได้ 7.4 อธิบายหลักการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้าได้ 7.5 อธิบายทัศนคติที่ถูกต้องเกี่ยวกับข้อร้องเรียนได้ 7.6 ป้องกันการร้องเรียน 7.7 รู้วิธีปฏิบัติของผู้รับการร้องเรียน 7.8 รู้และเข้าใจถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดการข้อร้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ	3	-
8	<b>8. คุณสมบัติของผู้ปฏิบัติงานและลักษณะงานลูกค้าสัมพันธ์</b> 8.1 อธิบายคุณสมบัติของผู้ปฏิบัติงานลูกค้าสัมพันธ์ได้ 8.2 มีใจรักในงานด้านบริการ 8.3 อธิบายลักษณะงานของลูกค้าสัมพันธ์ได้ 8.4 รู้และเข้าใจวิธีการสร้างมนุษยสัมพันธ์ 8.5 อธิบายคุณสมบัติและลักษณะงานของหน่วยงานต่าง ๆ ได้ 8.6 จัดทำแบบสอบถามและการตอบคำถามของพนักงานลูกค้าสัมพันธ์ได้	3	-
9	<b>9. กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์</b> 9.1 รู้และเข้าใจเกี่ยวกับกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ 9.2 ปฏิบัติกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าสัมพันธ์ได้	2	4

## การประเมินผลรายวิชา

รายวิชานี้แบ่งเป็น 12 หน่วย แยกได้ 12 บทเรียน การวัดผลและประเมินผลรายวิชาจะดำเนินการ ดังนี้

1. วิธีการ ดำเนินการรวบรวมข้อมูลเพื่อการประเมินผลแยกเป็น 4 ส่วน  
โดยแบ่งแยกคะแนนแต่ละส่วนจากคะแนนเต็ม ทั้งรายวิชา 100 คะแนน ดังนี้
  - 1.1 ผลงานที่มอบหมาย 30 คะแนน หรือ ร้อยละ 30
  - 1.2 การพิจารณาจากจิตพิสัย ความตั้งใจ การเข้าร่วมกิจกรรม การมาเรียน การแต่งกาย มารยาทในห้องเรียน 10 คะแนน หรือร้อยละ 10
  - 1.3 สอบกลางภาค 30 คะแนน หรือร้อยละ 30
  - 1.4 สอบปลายภาค 30 คะแนน หรือร้อยละ 30
2. เกณฑ์ผ่านรายวิชา ผู้ที่ผ่านรายวิชานี้จะต้อง
  - 2.1 คะแนนสอบรวมต้องไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50
  - 2.2 มีเวลาเรียนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80
  - 2.3 ต้องผ่านการสอบกลางภาค และปลายภาค
3. เกณฑ์ค่าระดับคะแนน
  - 3.1 พิจารณาเกณฑ์ฝ่ายรายวิชา ตามข้อ 2 ผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์ข้อ 2 จะได้รับค่าระดับคะแนน F
  - 3.2 ผู้ที่ผ่านเกณฑ์ข้อ 2 จะได้รับค่าระดับคะแนนตามเกณฑ์ ดังนี้

คะแนนร้อยละ 50 ขึ้นไป	ได้ระดับคะแนน S
คะแนนต่ำกว่าร้อยละ 50	ได้ระดับคะแนน U



ตารางกำหนดน้ำหนักคะแนน

เลขที่บทเรียน	คะแนนรายบทเรียนและน้ำหนักคะแนน ชื่อบทเรียน	คะแนนรายหน่วย	น้ำหนักคะแนน				
			พุทธิพิสัย				ทักษะพิสัย
			ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้	สูงกว่า	
1	1. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับลูกค้า	7	2	2	2	-	1
2	2. พฤติกรรมของลูกค้า	7	2	2	2	-	1
3	3. การสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า	7	2	2	2	-	1
4	4. การจัดการฐานข้อมูลลูกค้า	7	2	2	2	-	1
5	5. หลักและกระบวนการลูกค้าสัมพันธ์	7	2	2	2	-	1
6	6. เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	6	1	2	2	-	1
7	7. การจัดการข้อร้องเรียน	6	1	2	2	-	1
8	8. คุณสมบัติของผู้ปฏิบัติงานและลักษณะงานลูกค้าสัมพันธ์	6	2	2	1	-	1
9	9. กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	7	2	2	2	-	1
ก	คะแนนภาควิชาการ (พุทธิพิสัยและทักษะพิสัย)	60					
ข	คะแนนภาคผลงาน (รายงาน, ชิ้นงาน เป็นกรบูรณาการทุกหน่วย)	30					
ค	คะแนนจิตพิสัย	10					
	รวมทั้งสิ้น	100					

## กำหนดการสอน

สัปดาห์ที่	วัน / เดือน	คาบที่	รายการสอน	หมายเหตุ
1	3 มิ.ย. 62	1-3	วันหยุด วันเฉลิมพระชนมพรรษาสมเด็จพระนางเจ้าสุทิดา พัชรสุธาพิมลลักษณ พระบรมราชินี	
2	10 มิ.ย. 62	4-6	<b>1. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับลูกค้า</b> 1.1 ความหมายของลูกค้า 1.2 ประเภทของลูกค้า 1.3 กระบวนการพัฒนาลูกค้า 1.4 กระบวนการความคาดหวังของลูกค้า 1.5 เกณฑ์ในการวัดระดับคุณภาพของลูกค้า 1.6 คุณค่าและความพึงพอใจให้กับลูกค้า 1.7 ประเภทของตลาดลูกค้า 1.8 วิวัฒนาการของการตลาดและลูกค้า	
3	17 มิ.ย. 62	7-9	<b>2. พฤติกรรมของลูกค้า</b> 2.1 ความหมายของพฤติกรรมลูกค้า 2.2 การศึกษาพฤติกรรมของลูกค้า 2.3 ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้า 2.4 กระบวนการพฤติกรรมลูกค้า	
4	24 มิ.ย. 62	10-12	<b>2. พฤติกรรมของลูกค้า</b> 2.5 พฤติกรรมลูกค้า 2.6 ลักษณะของการเกิดพฤติกรรมของลูกค้า 2.7 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมซื้อของลูกค้า 2.8 แนวโน้มพฤติกรรมของลูกค้าในอนาคต	
5	1 ก.ค. 62	13-15	<b>3. การสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า</b> 3.1 การสร้างลูกค้าใหม่ 3.2 การสื่อสารทางการตลาดเพื่อการหาลูกค้าใหม่ให้กับองค์กร 3.3 วิธีการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า 3.4 ประโยชน์ในการรักษาลูกค้าเก่า	
6	8 ก.ค. 62	16-18	<b>3. การสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า</b> 3.6 การลดอัตราการสูญเสียลูกค้าเก่า 3.7 กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ 3.8 การพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้า 3.9 เทคนิคในการบริการให้ลูกค้าพึงพอใจ	

สัปดาห์ที่	วัน / เดือน	คาบที่	รายการสอน	หมายเหตุ
7	15 ก.ค. 62	19-21	<b>4. การจัดการฐานข้อมูลลูกค้า</b> 4.1 ความหมายของฐานข้อมูล 4.2 ฐานข้อมูลลูกค้า 4.3 ถึงประโยชน์ของฐานข้อมูลลูกค้า 4.4 องค์ประกอบฐานข้อมูลลูกค้า 4.5 แนวทางในการบริหารฐานข้อมูลลูกค้า	
8	22 ก.ค. 62	22-24	<b>4. การจัดการฐานข้อมูลลูกค้า</b> 4.6 เกี่ยวกับระบบการบริหารฐานข้อมูลลูกค้า 4.7 บัญชีรายชื่อลูกค้า 4.8 วัตถุประสงค์ประสงค์การจัดทำบัญชีรายชื่อลูกค้า 4.9 กลยุทธ์ทางการตลาดจากการใช้ฐานข้อมูลลูกค้า 4.10 องค์ประกอบเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดทำระบบฐานข้อมูล	
9	29 ก.ค. 62	-	<b>สอบกลางภาค</b>	
10	5 ส.ค. 62	25-27	<b>5. หลักและกระบวนการลูกค้าสัมพันธ์</b> 5.1 หลักการลูกค้าสัมพันธ์ 5.2 วิธีการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า 5.3 แนวคิดพื้นฐานของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ 5.4 ถึงวัตถุประสงค์ของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ 5.5 ประโยชน์ของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ 5.6 กระบวนการลูกค้าสัมพันธ์	
11	12 ส.ค. 62	28-30	<b>5. หลักและกระบวนการลูกค้าสัมพันธ์</b> 5.7 ขั้นตอนการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ 5.8 ประเภทของลูกค้าสัมพันธ์ 5.9 แบบจำลองเกี่ยวกับ CRM 5.10 การออกแบบกลยุทธ์ CRM 5.11 ปัจจัยที่ทำให้เกิดความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ 5.12 ข้อควรระวังของการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์	

สัปดาห์ที่	วัน / เดือน	คาบที่	รายการสอน	หมายเหตุ
12	19 ส.ค. 62	31-33	<b>6. เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์</b> 6.1 เทคโนโลยีสารสนเทศกับการจัดการกับลูกค้าสัมพันธ์ 6.2 เทคโนโลยีที่จำเป็นต้องใช้ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ 6.3 เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ 6.4 จุดเด่นของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	
13	26 ส.ค. 62	34-36	<b>6. เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์</b> 6.5 ซอฟต์แวร์มาใช้ในการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ 6.6 รู้ปัญหาในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ 6.8 รูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในอนาคต 6.9 รูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้	
14	2 ก.ย. 62	37-39	<b>7. การจัดการข้อร้องเรียน</b> 7.1 ความหมายของข้อร้องเรียน 7.2 สาเหตุที่ทำให้ลูกค้าเกิดข้อร้องเรียน 7.3 ประเภทข้อร้องเรียนของลูกค้า 7.4 หลักการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า	
15	9 ก.ย. 62	40-42	<b>7. การจัดการข้อร้องเรียน</b> 7.5 ทักษะที่ต้องเกี่ยวกับข้อร้องเรียน 7.6 การร้องเรียน 7.7 ผู้รับการร้องเรียน 7.8 รู้ประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดการข้อร้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ	
16	16 ก.ย. 62	43-45	<b>8. คุณสมบัติของผู้ปฏิบัติงานและลักษณะงานลูกค้าสัมพันธ์</b> 8.1 คุณสมบัติของผู้ปฏิบัติงานลูกค้าสัมพันธ์ 8.2 รักในงานด้านบริการ 8.3 ลักษณะงานของลูกค้าสัมพันธ์ได้ 8.4 วิธีการสร้างมนุษยสัมพันธ์ 8.5 คุณสมบัติและลักษณะงานของหน่วยงานต่าง ๆ 8.6 แบบสอบถามและการตอบคำถามของพนักงานลูกค้าสัมพันธ์	

สัปดาห์ที่	วัน / เดือน	คาบที่	รายการสอน	หมายเหตุ
17	23 ก.ย. 62	46-48	9. กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ 9.1 กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ 9.2 กิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าสัมพันธ์	
18	30 ก.ย. 62	-	สอบปลายภาค	

## บรรณานุกรม

ศิวัช กาญจนชุม และคณะ. (2558). ลูกค้าสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 1. จังหวัดหวัดที่พิมพ์  
กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ พัฒนาวิชาการ(2535) จำกัด