**《顾客投诉管理》教学大纲**

**一、课程基本信息**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类别** | 专业拓展选修课程 | **课程性质** | 理论 | **课程属性** | 选修 |
| **课程名称** | 顾客投诉管理 | **课程英文名称** | Customer complaint management |
| **课程编码** | F01ZX27C | **适用专业** | 市场营销 |
| **考核方式** | 考查 | **先修课程** | 市场营销学、客户关系管理 |
| **总学时** | 32 | **学分** | **2** | **理论学时** | 32 |
| **实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时** | 0 |
| **开课单位** | 商学院 |

**二、课程简介**

《顾客投诉管理》是市场营销专业的一门专业拓展选修课程，提供学生从事客户投诉工作所需要的知识，并致力于培养学生的实践能力，是一门理论与实践密切结合的课程。通过本课程学习，需要学生了解顾客投诉管理的基本概念、基本方法和技术、最新发展趋势，提高学生的知识、理论和实操能力。了解顾客投诉管理的基本方法与流程，加强感性认识；运用理论知识对企业实际进行分析，培养和提高学生的综合分析能力和语言表达能力；使学生初步运用顾客投诉管理的基本方法和技术去解决企业的某些实际问题，提高学生的实际调研能力、分析研究能力、社会交往能力、沟通与文字表达能力。

**三、课程教学目标**

|  |
| --- |
| **课程教学目标** |
| **知****识****目****标** | **目标1：**学生需系统掌握顾客投诉基本概念、类型、原因；顾客心理动机分析；顾客投诉管理的基本流程；顾客投诉管理的制度保障；顾客投诉预警管理等基本理论。 |
| **能****力****目****标** | **目标2：**了解顾客投诉管理的基本方法与流程；运用理论知识对企业实际进行分析，培养和提高学生的综合分析能力和语言表达能力；使学生初步运用顾客投诉管理的基本方法去解决企业的实际问题，提高学生的分析研究能力、社会交往能力、沟通与文字表达能力。 |
| **专业素质** | **目标3：**掌握客户投诉管理的基本理论、基本原理和基础知识，同时，具备发现组织管理和营销问题的能力，能够运用理论分析和解决企事业单位客户投诉实际问题。 |

**四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **教学模块**  | **学时** | **主要教学内容与策略** | **学习任务安排** | **支撑课程目标** |
| 客户投诉管理概述 | 4 | **重点：**顾客投诉的重要性、顾客投诉管理的意义、顾客投诉管理的基本框架。**难点：**顾客投诉管理的基本框架。**教学方法与策略：**以PPT课件线下教学为主讲解基本概念、原理，辅之以案例、视频加深学生对基本概念的理解；课堂中设置问题，引导学生思考、讨论，鼓励学生踊跃发言以激发学生兴趣和热情。 | 课前：学生预习，在班级群提出课前思考问题课堂：引导学生踊跃发言，表达思想课后：完成课后练习 | 目标1 |
| 客户投诉的原因分析 | 4 | **重点：**顾客投诉的产品原因、服务原因。**难点：**顾客投诉的产品原因、服务原因分析及其现实意义。**思政元素：**坚持马克思主义人民观和以人为本思想；服务意识；管理意识。**教学方法与策略：**以PPT课件线下教学为主讲解基本概念、原理，辅之以案例、视频加深学生对基本概念的理解；课堂中设置问题，引导学生思考、讨论，鼓励学生踊跃发言以激发学生兴趣和热情。 | 课前：学生预习，在班级群提出课前思考问题课堂：引导学生踊跃发言，表达思想课后：完成课后练习 | 目标1 |
| 客户投诉的心理及处理技巧 | 4 | **重点：**顾客投诉的内在心理分析、应对顾客投诉的经典技巧与战术。**难点：**顾客投诉的内在心理分析、应对顾客投诉的经典技巧与战术实践。**思政元素：**坚持运用矛盾分析法解决实际问题；增强忧患意识与危机意识；坚持知己知彼，勇于开拓创新。**教学方法与策略：**以PPT课件线下教学为主讲解基本概念、原理，辅之以案例、视频加深学生对基本概念的理解；课堂中设置问题，引导学生思考、讨论，鼓励学生踊跃发言以激发学生兴趣和热情。 | 课前：学生预习，在班级群提出问题课堂：引导学生踊跃发言，表达思想课后：复习并完成课后练习 | 目标1目标2 |
| 客户投诉的处理流程、指导原则 | 4 | **重点：**顾客投诉的处理流程分析。**难点：**顾客投诉的处理流程及社会实践案例分析。**教学方法与策略：**以PPT课件线下教学为主讲解基本概念、原理，辅之以案例、视频加深学生对基本概念的理解；课堂中设置问题，引导学生思考、讨论，鼓励学生踊跃发言以激发学生兴趣和热情。 | 课前：学生预习，在班级群提出问题课堂：引导学生踊跃发言，表达思想课后：复习并完成课后练习 | 目标1目标2 |
| 客户投诉处理标准 | 4 | 重点：顾客投诉的标准度量理念。难点：顾客投诉的标准实践。思政元素：弘扬爱岗敬业精神；创新思维；责任承担者；参与新时代中国特色社会主义建设。教学方法与策略：以PPT课件线下教学为主讲解基本概念、原理，辅之以案例、视频加深学生对基本概念的理解；课堂中设置问题，引导学生思考、讨论，鼓励学生踊跃发言以激发学生兴趣和热情。 | 课前：学生预习，在班级群提出课前思考问题课堂：引导学生踊跃发言，表达思想课后：复习并完成课后练习 | 目标1目标2目标3 |
| 客户投诉处理标准及建立客户投诉管理体系 | 4 | 重点：顾客投诉管理体系的构成要素、策划与实施关键。难点：顾客投诉管理体系的策划与实施。教学方法与策略：以PPT课件线下教学为主讲解基本概念、原理，辅之以案例、视频加深学生对基本概念的理解；课堂中设置问题，引导学生思考、讨论，鼓励学生踊跃发言以激发学生兴趣和热情。 | 课前：学生预习，在班级群提出课前思考问题课堂：引导学生踊跃发言，表达思想课后：复习并完成课后练习 | 目标1目标2目标3 |
| 客户投诉危机的管理 | 4 | 重点：顾客投诉危机应对措施与管理机制设计。难点：顾客投诉危机应对措施。思政元素：增强忧患意识与危机意识；做事有目标、有方向；服务意识。教学方法与策略：以PPT课件线下教学为主讲解基本概念、原理，辅之以案例、图片加深学生对基本概念的理解；课堂中设置问题，引导学生思考、讨论，鼓励学生踊跃发言以激发学生兴趣和热情。 | 课前：学生预习，在班级群提出课前思考问题课堂：引导学生踊跃发言，表达思想课后：复习并完成课后练习 | 目标1目标2目标3 |
| 客户投诉危机预防管理 | 4 | 重点：顾客投诉升级防控办法。难点：顾客投诉升级防控办法的实践操作。思政元素：增强忧患意识与危机意识；做事有目标、有方向；服务意识。教学方法与策略：以PPT课件线下教学为主讲解基本概念、原理，辅之以案例、图片加深学生对基本概念的理解；课堂中设置问题，引导学生思考、讨论，鼓励学生踊跃发言以激发学生兴趣和热情。 | 课前：学生预习，在班级群提出课前思考问题课堂：引导学生踊跃发言，表达思想课后：复习并完成课后练习 | 目标1目标2目标3 |

**五、学生学习成效评估方式及标准**

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、期末成绩等两个部分组成。

1.平时成绩（占总成绩的40%）：采用百分制。平时成绩分作业（占20%）、小组汇报成绩（占10%）和考勤（占10%）四个部分。评分标准如下表：

|  |  |
| --- | --- |
| **等级** | **评 分 标 准** |
| **1.作业；2.小组汇报；3.考勤** |
| 90～100分 | 1.作业书写工整、书面整洁；90％以上的习题解答正确。2.主动参与小组汇报组织或者主动担任组长，小组汇报内容完整充实、逻辑性强、创新性强、表达流畅自然、且能体现很强团队协助能力。3.无旷课、迟到、早退及因事请假情况。 |
| 80～89分 | 1.作业书写工整、书面整洁；80％以上的习题解答正确。2.较主动积极参与小组汇报组织或者主动担任组长，小组汇报内容较完整充实、逻辑性较强、有较强创新性、表达较流畅自然、且能体现较强团队协助能力。3.无旷课、迟到、早退情况，事假1-2次。 |
| 70～79分 | 1.作业书写较工整、书面较整洁；70％以上的习题解答正确。2.参与小组汇报，小组汇报内容、有一定逻辑性、有一定的创新性、表达、团队协助体现一般。3.旷课次数1次或迟到早退次数1-2次或事假3次。 |
| 60～69分 | 1.作业书写一般、书面整洁度一般；60％以上的习题解答正确。2.偶尔参与小组汇报活动的准备工作、小组汇报内容较单薄、逻辑较混乱、较少创新性体现、表达不流畅自然、较少团队协助体现。3.旷课次数2次或迟到早退次数3-4次或事假4-5次。 |
| 60以下 | 1.字迹模糊、卷面书写零乱；超过40％的习题解答不正确或实验习题结果错误。2.几乎不参与小组汇报活动的准备工作、小组汇报内容非常单薄、逻辑混乱、无创新性内容、抄袭痕迹明显、表达不流畅自然、团队单打独斗没有经过内容讨论和整合，甚至前后矛盾。3.旷课次数＞2次或迟到早退次数＞4次或事假次数＞5次 |

2.期末成绩（占总成绩的60%）：采用百分制。期末考试的考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **考核****模块** | **考核内容** | **主要****题型** | **支撑目标** | **分值** |
| 客户投诉管理概述及客户投诉的原因分析 | 顾客投诉的重要性、顾客投诉管理的意义、顾客投诉管理的基本框架；顾客投诉的产品原因、服务原因。 | 选择题、判断题、名词解释。 | 目标1 | 15 |
| 客户投诉的心理及处理技巧、处理流程、指导原则 | 顾客投诉的内在心理分析、应对顾客投诉的经典技巧与战术；顾客投诉的处理流程分析。 | 选择题、简答题、论述题。 | 目标1目标2 | 30 |
| 客户投诉处理标准及建立客户投诉管理体系 | 顾客投诉的标准度量理念；顾客投诉管理体系的构成要素、策划与实施关键。 | 选择题、简答题、论述题。 | 目标1目标2目标3 | 30 |
| 客户投诉危机的管理及预防管理 | 顾客投诉危机应对措施与管理机制设计；顾客投诉升级防控办法。 | 选择题、判断题、简答题。 | 目标1目标2目标3 | 25 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **教学安排事项** | **要 求** |
| 1 | 授课教师 | 职称：助教/讲师/副教授/教授 学历（位）：本科及以上学历其他：无 |
| 2 | 课程时间 | 周次：1-16周 节次：2节 |
| 3 | 授课地点 | ☑教室 □实验室 □室外场地 □其他： |
| 4 | 学生辅导 | 线上方式及时间安排：企业微信，正常上班时间。线下地点及时间安排：教师办公室，正常上班时间；上课教室，课间时间。 |

1. **教学安排及要求**

**七、选用教材**

[1]郭馨梅、王晓华：《客户投诉管理》，中国经济出版社，2012年。

[2]铁争鸣主编：《客户沟通与投诉处理》，人民交通出版社，2014年。

**八、参考资料**

[1]董亮主编:《客户服务与客户投诉处理实务手册》，企业管理出版社，2017年。

[2]孟广桥:《让投诉顾客满意离开：顾客投诉应对与管理》，中国青年出版社，2019年。

**九、网络资料**

[1]中国营销传播网 http://www.emkt.com.cn/

大纲执笔人：贾瑶

讨论参与人:叶荣杰

系（教研室）主任：罗芳

学院（部）审核人：郑阿泰