

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Müşteri İlişkileri Yönetimi	0516620	VI	3+0	3	3
Ön koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Seçmeli				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Veren					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, müşteri ilişkileri yönetimi (MİY) kavram ve metotlarını öğrencilere öğretmektir.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	<p>Bu dersin sonunda öğrenci;</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Müşteri ilişkileri yönetimindeki stratejik, operasyonel, analitik ve işbirlikçi temel bakış açılarını öğrenir, 2. Başarılı ilişkilerin özelliklerini ve bir ilişkide güven ve katılımın önemini anlar, 3. Müşteri yaşam boyu değerinin anlamını ve önemini anlar, 4. Müşteri ilişkileri yönetimi (MİY) teknolojilerini ve bir MİY uygulamasının başlıca adımlarını öğrenir, 5. Bir MİY uygulamasının her bir adımında gerçekleştirilen araçları ve süreçleri öğrenir, 6. MİY sonuçlarının başarılı bir şekilde sunumunda müşteriyle ilişkili veri tabanlarının temel rolünü anlar, 7. Müşteri portföy yönetimine katkı sağlayan pazar bölümlendirme, satış tahmini, faaliyet tabanlı maliyetleme, yaşam boyu değer tahmini ve veri madenciliği gibi konuları öğrenir, 8. 7P olarak bilinen pazarlama karması değişkenleriyle müşteri değerinin nasıl yaratılacağını öğrenir, 9. Yeni müşteri kazanmada kullanılan stratejileri öğrenmek ve potansiyel müşterilerle nasıl iletişim kurulacağını bilir, 10. Müşteri tutma performansını geliştirmede kullanılan stratejileri öğrenir. 				
Dersin İçeriği	Bu derste, müşteri ilişkileri yönetimi ve ilgili kavramlar, müşteri davranışları ve satın alma süreci, müşteri ilişkileri önemi, müşteri ilişkileri yönetimi projelerinin planlanması ve uygulanması, müşteriyle ilişkili veri tabanlarını geliştirilmesi, yönetimi ve kullanılması, müşteri portföyünün yönetilmesi, müşteriler için değer oluşturma, müşteri yaşam döngüsünün yönetimi: müşteri kazanma ve geliştirme, müşteri ilişkileri yönetimi için bilgi teknolojileri, müşteri ilişkileri yönetiminin bileşenleri ile paydaşları incelenmektedir.				
Haftalar	Konular				
1	Müşteri ilişkileri yönetimi ve ilgili kavramlar				
2	Müşteri davranışları ve satın alma süreci				
3	Müşteri ilişkileri ve ilişki oluşturma'nın önemi				
4	Müşteri ilişkileri yönetimi projelerinin planlanması ve uygulanması				
5	Müşteriyle ilişkili veritabanlarını geliştirilmesi, yönetimi ve kullanılması				
6	Müşteri portföyünün yönetilmesi				

7	Ara sınav
8	Müşteriler için değer oluşturma
9	Müşteri yaşam döngüsünün yönetimi: müşteri kazanma
10	Müşteri yaşam döngüsünün yönetimi: müşteri kazanma ve geliştirme
11	Müşteri ilişkileri yönetimi için bilgi teknolojileri
12	İnternette müşteri ilişkileri
13	Tedarikçiler, ortaklar, yatırımcılar ve çalışanlarla ilişkilerin yönetimi
14	Pazarlama otomasyonu
Genel Yeterlilikler	
1. Müşteri, müşteri kavramı, müşteri beklentileri, ve müşteri ilişkilerinin yönetilmesi konusunda bilgi sahibi olurlar.	
2. Temel çalışma alanları için gerek organizasyon yönetimi, gerek satın alma ve pazarlamada iç/dış müşteri kavramı çerçevesinde kullanabilecekleri altyapı elde ederler.	
Kaynaklar	
Demirel Y., (2017), <i>Müşteri İlişkileri Yönetimi: Teori, Uygulama, Ölçüm</i> , 3. Baskı, Seçkin Yayıncılık.	
Odabaşı, Y., (2004), <i>Satış ve pazarlamada müşteri ilişkileri yönetimi</i> , Sistem Yayıncılık.	
Değerlendirme Sistemi	
Ara sınav: % 40	
Final: % 60	
Bütünleme:	

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM ÇIKTILARI İLİŞKİSİ TABLOSU											
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11
ÖÇ1	4	4	4	4	5	3	3	4	3	4	5
ÖÇ2	3			3	4		3				4
ÖÇ3	3	4	4	3	4		3				4
ÖÇ4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4
ÖÇ5	5	4	5	4	5	3	3	4	3	4	5
ÖÇ6	5	5	5	4	5	3	3	4	3	4	5
ÖÇ7	3	4	4	3	4		3				4
ÖÇ8	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4
ÖÇ9	5	4	5	4	5	3	3	4	3	4	5
ÖÇ10	5	5	5	4	5	3	3	4	3	4	5
ÖÇ: Öğrenme Çıktıları PÇ: Program Çıktıları											
Katkı Düzeyi	1 Çok Düşük	2 Düşük	3 Orta	4 Yüksek	5 Çok Yüksek						

Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

Ders	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11
Müşteri İlişkileri Yönetimi	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5