



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Müşteri İlişkileri Yönetimi	REK241	3	2 + 1	4,0	Seçmeli
Birim Bölüm	Reklamcılık - Ön Lisans (Yüz yüze)				
Amaç	Müşteri ilişkileri alanında teorik bilgileri edinmek ve müşteriye yönelik stratejilerin geliştirilmesi sürecini kavramak ve bu stratejileri analiz edebilme becerisinin geliştirilmesidir.				
Ders İçeriği	Müşteri ilişkilerinde temel kavramlar, veri yönetimi, müşteriye kazanma ve tutma stratejileri, şikayet yönetimi.				
Ders Kaynakları	Odabaşı, Y. (2015). Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM), Aura Yayınları. , Gültekin, B. ve Kement, Ü. (2018). Müşteri İlişkileri Yönetimi: Temel Kavramlar ve Uygulamalar, Nobel.				

Hafta	Konu
1	Dersin tanıtımı ve dersle ilgili temel bilgilerin verilmesi
2	Müşteri ilişkilerinde temel kavramlar
3	Müşteri ilişkileri ve ilişkisel Pazarlama
4	Müşteri ilişkileri Yönetimi
5	Müşteri Tatmini ve Müşteri Sadakati
6	Müşterilerle İletişim Kurma Süreci ve Stratejileri
7	Müşteri Hizmet Sistemi
8	Müşteriye Değer Yaratma Stratejileri
9	Müşteriyi Kazanma Stratejileri
10	Müşteriyi Elde Tutma Programlarının Geliştirilmesi
11	Müşteri Veri Tabanı
12	Müşteri ilişkilerinin Ölçülmesi
13	Şikayet Yönetimi
14	Şikayet yönetiminde örnek vaka çalışmaları

Program Çıktıları

- Reklamcılık alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgileri kazanır.
- Reklamcılık alanıyla ilgili edindiği bilgi ve becerileri analitik ve stratejik düşünmede ve problem çözmede kullanma becerisine sahiptir.
- Reklamcılık alanıyla ilgili edindiği bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilme becerisine sahiptir.
- Uygulama safhalarında bilgilerini disiplinler arası değerlendirebilir.
- Bilgisayar ve bilişim teknolojilerini ihtiyaç duyduğu teknik/mesleki düzeyde kullanır.
- Alanla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açıktır
- Bir yabancı dili alanla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilir ve kullanabilir.
- Reklamcılık alanı ile ilgili ileri düzeydeki bir çalışmayı edindiği bilgiler doğrultusunda bağımsız olarak yürütür.
- Reklamcılık alanları içinde yer alan metin yazma, kampanya planlama, reklam stratejisi belirleme ve müşteri ilişkileri yönetimi gibi alanlardan en az birinde uzmanlık düzeyinde gelişime açıktır.
- Yeni teknolojileri öğrenerek kendini sürekli geliştirebilir, eğitebilir ve yeni alanlara ilgi duyar.
- Stratejik iletişimi kavrayarak etkili yazılı ve sözlü sunum yapabilme, strateji geliştirme, yaratıcı ve eleştirel düşünebilme gibi yeterliliklere sahiptir.
- Reklamcılık alanında edindiği uzmanlaşmış kuramsal bilgi ve donanımı, yaratıcı ve etik bir anlayış ile hayata geçirebilme becerisine sahiptir.
- Kalite ve kültürel değerler ile çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği konularında farkındalığa sahiptir.

Ders Öğrenme Çıktısı - Program Çıktıları (1 -5 Puan Aralığı)

Ders Öğrenme Çıktısı	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13
Müşteri ilişkileri Yönetiminin bir pazarlama stratejisi olarak önemi kavranır	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Veritabanına dayalı pazarlama uygulamaları incelenir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Müşteri ilişkileri türleri ve stratejileri tanımlanır	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Müşteri şikayetleri ve sadakat programları tanımlanır	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-