



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Müşteri İlişkileri Yönetimi	BAF407	7	3 + 0	4,0	Zorunlu
Birim Bölüm	Finans ve Bankacılık - Lisans (Örgün)				
Amaç	Dersin amacı öğrencilere Müşteri İlişkileri Yönetimi'nin (MİY) işletmelerde yöneticiler, çalışanlar ve müşteriler açısından anlamını, özelliklerini, kapsamını ve önemini kavratmaktır. Özellikle hizmet işletmelerinde müşteri odaklı olmada, müşterilerle ilişki kurma, geliştirme ve ilişkileri korumada MİY den nasıl faydalanılacağına kavratılması amaçlanmaktadır.				
Ders İçeriği	Müşteri ve tüketici kavramları, MİY kavramı, kapsamı ve önemi, MİY uygulamalarının amaçları ve faydaları ve gelişim süreci, MİY unsurları, MİY türleri, iletişim kavramı ve müşterilerle iletişim, hizmet Kavramı, özellikleri ve hizmetlerin pazarlanması, hizmetler ve müşteri ilişkileri, kaliteli hizmet sunumunun çıktıları olarak memnuniyet, bağlılık ve müşteri değeri kavramları, MİY planlaması, MİY faaliyetleri ve kullanılan araçlar, müşteri odaklılık ve müşteri odaklı örgüt kültürü, pazarlama kampanyaları ve sadakat programları, MİYde karşılaşılan sorunlar ve şikayet yönetimi				
Ders Veren	Dr. Öğr. Üyesi Merve DOĞAN				
Ders Kaynakları	Peppers, D. ve Rogers, M. (2013), (Çev. Pınar Şengöz), Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM), Optimist Yayın Dağıtım , Odabaşı, Y. (2015), Satış ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM), Aura Kitapları , Bakırtaş, H., Yılmaz, R.A, Özmen, M. ve Barış, G. (Ed. Timur, N. ve Barış, G.), (2013), Müşteri İlişkileri Yönetimi, Anadolu Üniversitesi Açık Öğretimi Fakültesi Yayınları.				

Hafta	Konu
1	Tanışma, ders tanıtımı ve dersi işleyiş hakkında bilgi verme
2	Tüketici ve müşteri kavramları, MİY'in ortaya çıkışı ve gelişimi,
3	MİY'in türleri, MİY'in temel unsurları, MİY'e ilişkin yanlış kanılar
4	İletişim kavramı, iletişim sürecinin temel öğeleri, iletişim biçimleri (Sözlü, sözsüz, yazılı iletişim), dinleme ve dinlemeyi etkileyen engeller
5	Önceki haftanın tekrarı, müşterilerle sözlü ve sözsüz iletişim, müşterilerle yazılı iletişim, müşterileri dinleme, MİYde iletişimin önemi
6	Hizmet kavramı ve hizmet endüstrisi, hizmetlerin özellikleri, hizmetlerin Pazarlanması, müşteri hizmetleri, MİY ve hizmetlerin ilişkisi
7	Konu tekrarları ve ara sınava hazırlık dersi, sınav hakkında bilgi verme
8	Hizmet kalitesi kavramı, Hizmet kalitesinin boyutları, hizmet kalitesi boşluk modeli, kaliteli hizmet sunumunun çıktıları
9	müşteri tatmini, müşteri bağlılığı, müşteri değeri ve müşteri yaşam boyu değeri kavramları
10	MİY planlaması, MİY faaliyetlerinde kullanılan araçları, iyi bir MİY için önem verilmesi gereken konular, örgüt kültürü, müşteri odaklı örgüt kültürü kavramları, müşteri odaklılık
11	Sadakat programları ve amaçları, sadakat programlarında ödüller, sadakat programlarının etkinliği
12	Pazarlama kampanyaları ve reklam kampanyaları kavramları, pazarlama kampanyası planlama ve geliştirme süreci, kampanyanın uygulanması, kampanya sonuçlarının analiz ve kontrolü, kampanya geri bildirimi, örnek pazarlama kampanyaları
13	MİYde karşılaşılan sorunlar, satın alma öncesinde yaşanabilecek sorunlar, satın alma esnasında yaşanabilecek sorunlar, satın alma sonrasında yaşanabilecek sorunlar, şikayet yönetimi, şikayetleri çözme süreci, örnek olaylar
14	Markaların MİY uygulamaları ile ilgili öğrenci ödev sunumları
15	Markaların MİY uygulamaları ile ilgili öğrenci ödev sunumları

Ders İş Yükü	Çalışma Türü / Öğretim Metotları	Süresi (Saat)	Sayısı
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme	Tartışmalı Ders	2	6
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, Bilişim becerileri	Benzetim	2	5
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	5	12
Önceden planlanmış özel beceriler	Vaka Çalışması	3	5
Ara Sınav 1		2	1
Final		2	1
Ödev (Sunum)		2	1
	Ders İş Yükü:	103	
	AKTS (Ders İş Yükü / 25.5):	4,04	

Program Çıktıları

1	Paranın zaman değeri, risk-getiri dengesi gibi finans alanıyla ilgili temel kavramlar, teoriler ve uygulamalar hakkında güncel ve teorik bilgilere sahip olur.
2	Bankacılık sektörüyle ilgili temel bilgi, ilke ve uygulamaları bilir ve edindiği bilgi ve becerileri finansal süreçleri çözmeye kullanır, analitik ve stratejik düşünerek bankacılıkla ilgili verileri analiz edebilir.
3	Alanla ilgili edindiği bilgiler çerçevesinde, banka, yatırım şirketi, borsa vb. finansal kurumları, finansal piyasaları öğrenir ve bu piyasalarda işlem gören hisse senetleri, tahviller vb. finansal ürünleri analiz ederek, değerlendirebilir.
4	Alanla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açık olur.
5	Alanla ilgili konularda bireysel anlamda sorumluluğa açık olur.
6	Ulusal veya uluslararası finansal sistemlerin işleyişini anlayabilir, iflas, kriz vb. finansal olaylar arasında neden-sonuç ilişkisi kurar ve yorumlama becerisine sahip olur.
7	Finans ve bankacılık sektörüyle ilgili bilgi ve becerileri yazılı ve sözlü olarak aktarır ve iletişim kurar.
8	Finansal konularda gelişmeleri takip edebilecek ve iletişim kurabilecek düzeyde bir yabancı dili anlayabilir ve kullanabilir.
9	Yatırım analizi ve portföy yönetimi başta olmak üzere finans ve bankacılık sektörünün gerektirdiği düzeyde bilgi, iletişim teknolojileri ve paket programları kullanabilir.
10	Alanla ilgili konularda toplumsal refahı ön planda tutar ve etik değerlere uygun değerlendirerek yorum yapar.
11	Bankacılık sektörünün iç ve dış çevresinde tüm paydaşlarını gözetecek şekilde ilişkileri izleyebilir, sorunları tanımlar ve çözüm önerileri geliştirme yetkinliğine sahip olur.
12	Çevreye, sosyal sorumluluğa, kaliteye ve yenilikçiliğe her şart altında önem verir ve finansal verileri bu doğrultuda toplayıp değerlendirir.
13	Finans ve bankacılık konularında edindiği bilgi ve becerileri sürekli geliştirerek ömür boyu öğrenmeye açık ve bankacılık sektörüyle ilgili güncel gereksinimleri karşılama becerisine sahiptir.
14	Finans ve bankacılık sektörüyle ilgili bilgileri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirir.
15	Finans ve bankacılık sektörü ile edindiği bilgi birikimi ile, küresel ekonomide ve uluslararası bankacılıkta yaşanan süreçleri izleyebilir.

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

Ders Öğrenme Çıktısı	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12	PÇ 13	PÇ 14	PÇ 15
İletişim ve müşterilerle iletişim, müşterilerle ilişki kurma, müşterilerle ilişkileri sürdürme ve müşterileri elde tutmaya yönelik kazanımlar elde eder	1	1	1	4	4	1	5	1	1	2	4	2	5	2	1
Pazarlama kampanyalarını ve müşteri sadakat programlarını tanıtır, sadakat programlarındaki farklı ödül türlerini ayırt edebilir.	1	2	1	2	2	1	3	1	1	2	2	3	4	4	1
Müşteri ilişkileri ile ilgili temel kavram, süreç ve faaliyetleri tanımlar. Müşteri ilişkileri yönetiminin işletmeler için önemini kavrar.	1	2	1	4	4	1	2	1	1	2	5	3	3	4	1
Başarılı bir müşteri ilişkileri yönetimi sisteminin sahip olması gereken özellikleri anlar. Satış öncesi, sonrası ve sonrası ortaya çıkabilecek sorunlar hakkında bilinçlenerek etkili şikayet yönetiminin önemini kavrar.	1	1	1	3	3	1	4	1	1	2	5	4	4	4	1
Hizmet kavramını ve özelliklerini, hizmet kalitesinin boyutlarını, kaliteli hizmet sunumunun çıktıları olarak bağlılık ve tatmin kavramlarını öğrenir.	1	2	1	2	2	1	3	1	1	1	3	5	4	4	1
Ortalama Değer	1	1,6	1	3	3	1	3,4	1	1	1,8	3,8	3,4	4	3,6	1