



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
İlişkisel Pazarlama	İŞL5012		3 + 0	7,5	Seçmeli
Birim Bölüm	İşletme - YL - Lisansüstü (Ders, yüzyüze eğitim şeklinde verilmektedir.)				
Amaç	İlişkisel pazarlama dersinin amacı, öğrencilerin işletmelerle sahip olduğu müşteriler arasındaki bilgi alışverişini ve ilişkiyi en üst düzeye çıkaran. bunun sağlanabilmesi için karşılıklı sadakat, iyimserlik ve güven gibi ortamların oluşturulması konusunda bilgi sağlamaktır.				
Ders İçeriği	İlişkisel pazarlama kavramı, kapsamı, yapısı, amaçları ve çeşitleri, ilişkisel pazarlama ile ilişkili öteki pazarlama kavramları, ilişkisel pazarlamanın önemi, ilişkisel pazarlamada strateji ve politika, ilişkisel pazarlamanın karakteristik boyutları, ilişkisel pazarlama uygulamaları.				
Ders Kaynakları	İlişkisel Pazarlamaya Farklı Yaklaşımlar, İlişkisel Pazarlama				

Hafta	Konu
1	Pazarlama ve İlişkisel Pazarlamaya Giriş
2	Alıcı ve satıcı ilişkileri
3	İşletmeden işletmeye ve işletmeden müşteriye Pazar ilişkileri
4	İlişkiler açısından müşteri ve tüketiciyi tanımlama
5	Dağıtım kanal stratejisi ve ilişkiler
6	Uygulamada ilişkisel pazarlama
7	Ara Sınav
8	Satın alma ve satış açısından gelecek ilişkileri
9	Pazar ilişkilerinin yönetimi
10	Pazarlamanın yeni çağında yeni karar verme
11	İş ortakları ve kamuoyuyla ilişkiler
12	İlişkilerin yönetilmesi ve geliştirilmesi için stratejiler
13	Müşteri ilişkileri ve yönetimi
14	Final Sınavı

Program Çıktıları

1. İşletmenin ilişkili olduğu fonksiyonlarını açıklayabilme ve çalışacakları alanda uygulayabilme becerisine sahip olma.
2. Sosyal bilimlerde bilimsel araştırma yaparak bilgiye ulaşabilme, bilgiyi değerlendirme, yorumlama ve uygulama becerisine sahip olma.
3. İşletmecilik alanı ile ilgili fikir ve önerilerini bilimsel ortamlarda yazılı ve sözlü olarak aktarabilme.
4. Alanın gerektirdiği araştırmaları yaparken hangi yöntemlerin izleneceği bilgisine sahip olma.
5. İşletme alanıyla ilgili kuramsal bilgileri analiz edip, uygulamalardan elde ettiği sonuçları yorumlayabilme.
6. İşletme yönetimi alanıyla ilgili çalışmalarını sözlü veya yazılı olarak topluluk önünde sunabilme.
7. Gelişim ve değişim sürecine açık olma.
8. Çalışılan veya çalışılacak örgütün/kurumun çeşitli iç ve dış çevre unsurlarıyla olan ilişkilerini analiz edebilme.
9. Alanla ilgili konularda bireysel veya grup halinde özgün çalışmalar ortaya koyabilme.
10. Alanda edinilen uzmanlık düzeyindeki bilgiyi eleştirel bir yaklaşımla değerlendirerek, yaşam boyu öğrenme ve sorgulama.
11. Dil becerilerine sahip olmak
12. Liderlik becerilerine sahip olmak

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
Pazarlama düşüncesindeki değişimi anlar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
İlişkisel pazarlama yönlü değişimin anlamını öğrenir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
İlişkisel pazarlama ile ilgili kavramları bilir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
İlişkisel pazarlama süreç ve uygulamaları hakkında bilgi sahibi olur	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ortalama Değer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-