



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
İlişkisel Pazarlama	PAZ5003		3 + 0	7,5	Seçmeli
Birim Bölüm	Üretim Yönetimi ve Pazarlama - 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

- İşletmenin makro ve mikro pazarlama çevresi sorunlarını tanımlayıp çözümleyebilmek
- Pazarlama yönetimi temel kavramlarını tanımlayabilmek
- Üretim yönetimi temel kavramlarını tanımlayabilmek
- Güncel pazarlama sorunlarının çözümünde pazarlama teorisi ve teorik yaklaşımların rolünü belirleyebilmek
- Pazarlama teorilerinin farklı kültürel yapılarda nasıl uygulandığını belirleyebilmek
- Klasik ve güncel pazarlama teorileri arasındaki farklılık ve ilişkileri tanımlayarak değerlendirmek
- Pazarlama yönetiminde bilgi sistemlerinden faydalanarak pazarlama bilgisi toplamak ve analiz edebilmek
- Tedarik zinciri ve lojistik faaliyetlerinin yönetimi ve entegrasyonu becerisi
- Rekabet ortamında pazarlama fırsat ve tehditleri belirlemek ve bunlara uygun stratejiler geliştirebilmek
- Mikro ve makro pazarlama çevresi üyeleriyle iletişim, koordinasyon ve bilgi paylaşımını sağlayabilmek
- İşletme sorunlarını sayısal karar verme tekniklerini kullanarak belirlemek ve çözüm sunmak

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
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	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-