



| Ders Adı  | Kodu   | Yarıyıl | T+U Saat | AKTS | Z / S   |
|---|--|---------|----------|------|---------|
| Bankacılıkta Müşteri İlişkileri ve Uygulamaları | BSİ224   | 4       | 2 + 0    | 2,0  | Seçmeli |
| Birim Bölüm                                     | Bankacılık ve Sigortacılık - Ön Lisans (yüz yüze)  |         |          |      |         |
| Amaç  | Dersin amacı öğrencilere müşteri ilişkileri yönetimi modellerini ve bankacılık sektöründeki uygulamalarını örnek olaylar yardımıyla anlatmaktır.   |         |          |      |         |
| Ders İçeriği                                    | müşteri ilişkileri yönetimi kavramı, elektronik CRM yazılımlar, bankacılıkta CRM modelleri ve örnekler, Şikayet yönetimi, ilişkisel pazarlama ve uygulamaları.   |         |          |      |         |
| Ders Kaynakları                                 | Y. ODABAŞI (2015), Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi, Aura Kitapları., SATIŞTA VE PAZARLAMADA MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ,<br>Y. ODABAŞI (2015), Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi, Aura Kitapları., SATIŞTA VE PAZARLAMADA MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ,<br>Y. ODABAŞI (2015), Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi, Aura Kitapları., SATIŞTA VE PAZARLAMADA MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ,<br>Y. ODABAŞI (2015), Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi, Aura Kitapları., SATIŞTA VE PAZARLAMADA MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ,<br>Y. ODABAŞI (2015), Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi, Aura Kitapları., SATIŞTA VE PAZARLAMADA MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ |         |          |      |         |

| Hafta | Konu  |
|-------|---|
| 1     | Ders tanıtımı ve tanışma  |
| 2     | Pazarlama anlayışları ve Müşteri ilişkileri   |
| 3     | Yeni Müşteri Kavramı ve Müşteri İlişkilerinin Ortaya Çıkış Nedenleri                |
| 4     | Müşteri ilişkilerinin tanımlanması ve MİY projelerinin planlaması ve uygulaması     |
| 5     | Müşteri verilerinin oluşturulması, yönetilmesi ve kullanımı                         |
| 6     | Müşteri portföyünün yönetimi  |
| 7     | MİY ve müşteri deneyimi ile Müşterilere değer yaratılma süreci                      |
| 8     | Arasınava Haftası ve MİY ve müşteri deneyimi ile Müşterilere değer yaratılma süreci |
| 9     | Müşteri kazanma stratejileri  |
| 10    | Müşteri tutma ve geliştirme stratejileri  |
| 11    | MİY performansında network yönetimi   |
| 12    | MİY ve bilgi teknolojileri  |
| 13    | Müşteri Şikayetleri ve Yönetim Süreci   |
| 14    | final sınavı ve Müşteri Şikayetleri ve Yönetim Süreci                               |

#### Program Çıktıları

- Ortaöğretim düzeyinde kazanılan yeterliliklere dayalı olarak alanındaki güncel bilgileri içeren ders kitapları, uygulama araç-gereçleri ve diğer kaynaklarla desteklenir
- Alanında edindiği temel düzeydeki bilgi ve becerileri kullanarak, verileri yorumlayabilme ve değerlendirebilme, sorunları tanımlayabilme, analiz edebilme, kanıtlara dayalı çözüm önerileri geliştirebilme.
- Alanında edindiği temel düzeydeki kuramsal ve uygulamalı bilgileri aynı alanda bir ileri eğitim düzeyinde veya aynı düzeydeki bir alanda kullanabilme becerileri kazanma.
- Alanı ile ilgili temel düzeydeki bir çalışmayı bağımsız olarak yürütebilme.
- Kendisine verilen görev ve sorumlulukları yerine getirir. (Akademik - 5. Düzey Önlisans)
- Öğrenimini aynı alanda bir ileri eğitim düzeyine veya aynı düzeydeki bir mesleğe yönlendirebilme.
- Alanı ile ilgili konularda sahip olduğu temel bilgi ve beceriler düzeyinde düşüncelerini yazılı ve sözlü iletişim yoluyla aktarabilme.
- Alanı ile ilgili konularda sahip olduğu temel bilgi ve beceriler düzeyinde düşüncelerini yazılı ve sözlü iletişim yoluyla aktarabilme.
- Alanı ile ilgili verilerin toplanması, uygulanması ve sonuçlarının duyurulması aşamalarında toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik değerlere sahip olma.
- Alanının gerektirdiği en az Avrupa Bilgisayar Kullanma Lisansı Temel Düzeyinde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanabilme.

#### 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 |
|---|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| Müşteri İlişkileri Yönetiminin bir pazarlama stratejisi olarak önemi kavranır | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -     |
| Veritabanına dayalı pazarlama uygulamaları incelenir.                         | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -     |
| Müşteri şikayetleri ve sadakat programları tanımlanır                         | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -     |
| Müşteri ilişkileri türleri ve stratejileri tanımlanır                         | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -    | -     |