



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Müşteri İlişkileri Yönetimi	PZL221	3	2 + 0	3,0	Seçmeli
Birim Bölüm	Pazarlama - Ön Lisans (Yüzyüze eğitim)				
Amaç	Müşteri ilişkileri yönetimi kavramına hakim, müşteri istek ve ihtiyaçlarını tanıyan, müşteri ilişkileri yönetim sürecini uygulayabilen, müşteri değer yönetimini ve müşteri sınıflamasını bilen, müşteri kazanma-tutma kavramlarını tanıyan, müşteri sadakati olgusuna hakim, müşteri şikâyetleri yönetimini tanıyan, uygulama sürecinde uygun bilgi teknolojisini seçebilen, ilişkisel pazarlama sürecinde veri toplama yetkinliğine sahip bireyler yetiştirmektir.				
Ders İçeriği	Müşteri ilişkileri yönetimi süreci, müşteri istek ve ihtiyaçları, müşteri tipi ve davranışları, MİY bileşenleri, müşteri değer yönetimi, müşteri memnuniyeti, tatmin ve sadakat programları, müşteri şikayeti yönetimi, MİY ve bilgi teknolojileri, MİY e eleştirel yaklaşım				
Ders Kaynakları	Y. ODABAŞI (2015), Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi, Aura Kitapları., SATIŞTA VE PAZARLAMADA MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ, 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 İlişkileri ve İlişkisel Pazarlama
4	Müşteri İlişkileri 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 İlişkilerinin Ölçülmesi
13	Şikayet Yönetimi
14	Şikayet yönetiminde örnek vaka çalışmaları

Ders İş Yükü	Çalışma Türü / Öğretim Metotlar	Süresi (Saat)	Sayısı
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme, takım çalışması	Beyin Fırtınası	2	6
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim, Dinleme ve anlamlandırma, yönetsel beceriler	Seminer	5	1
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	2	12
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, Bilişim becerileri	Benzetim	1	12
Ara Sınav 1		8	1
Final		10	1
Ödev (Sunum)		5	1
	Ders İş Yükü:	76	
	AKTS (Ders İş Yükü / 25.5):	2,98	

Program Çıktıları	
1	Alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgilere sahip olmalıdır.
2	Alanla ilgili edindirdiği bilgi ve becerileri problem çözmede kullanabilme, analitik ve stratejik düşünerek uygulamaya geçirebilme de katkısı önemlidir.
3	Alanla ilgili edindirdiği bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilmesine katkısı önemlidir.
4	Uygulama safhalarında bilgilerini disiplinler arası değerlendirebilirler.
5	Alanla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açıktır.
6	Öğrenciler girişimcilik ve liderliğe her zaman açıktır.
7	Alanı ile ilgili edindiği bilgi ve beceriler düzeyindeki düşüncelerini ve önerilerini ilgililere yazılı ve sözlü olarak aktarır.
8	Bir yabancı dil alanla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilmeli ve kullanabilmelidir.
9	Avrupa Dil Portföyü A2 Genel Düzeyinde (en az alanındaki bilgileri takip edebilecek ve meslektaşları ile iletişim kurabilecek kadar) yabancı dil bilgisine sahiptir.
10	Alanının gerektirdiği en az Avrupa Bilgisayar Kullanma Lisansı Temel Düzeyinde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanır.
11	Sosyal hakların evrenselliği, sosyal adalet, kalite ve kültürel değerler ile çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği konularında yeterli bilince sahiptir.
12	Alanıyla ilgili konularda toplumsal refahı ön planda tutarak etik değerlere uygun değerlendirme ve yorum yapabilir.
13	Alanla ilgili konularda edindirdiği bilgi ve becerileri sürekli geliştirerek ve alanla ilgili yenilik ve gelişmeleri takip ederek ömür boyu öğrenmeye açık olur.

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

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/377447>