

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Müşteri İlişkileri Yönetimi	1106436	IV	2+0	2	2
Ön koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Mesleki Ders				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Veren					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Müşterilerle uzun vadeli ilişki kurma becerisinin kazandırılması, müşteri ilişkileri yönetimi ve müşteri bilgi sistemi oluşturma yöntemlerinin öğretilmesinin yanında var olan müşterileri elde tutmanın yollarının öğretilmesi amaçlanmaktadır.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	Bu dersin sonunda öğrenci; 1. Müşteri ilişkilerinin temel kavramlarını öğrenir. 2. Pazarın ihtiyaçlarına göre müşterileri bölümlendirmeyi öğrenir. 3. Müşterilerle uzun vadeli ilişki kurma yöntemlerini öğrenir 4. Müşterileri elde tutmanın işletme için önemi bilir 5. Müşteri bilgi sistemi oluşturmaya öğrenir. 6. Müşteri bilgilerinden elde edilecek verileri analiz etmeyi öğrenir.				
Dersin İçeriği	Müşterileri tanımayı, Müşteri bilgi sistemi oluşturmanın farklı yöntemlerini öğretmeyi, Müşterilerle uzun vadeli ilişki kurmayı ve Var olan müşterileri elde tutmayı öğretmeyi amaçlamaktadır.				
Haftalar	Konular				
1	Müşteri ilişkileri yönetimi nasıl başladı? Kalıcı müşteri ilişkileri yönetimi				
2	Sadık müşteri nasıl oluşturulur? Müşteri sadakati				
3	Müşteri odaklılık ve müşteri odaklı stratejiler				
4	Müşteri odaklılık ve müşteri odaklı stratejiler				
5	Müşteri ilişkileri yönetimi süreçleri				
6	Kalite ve müşteri ilişkileri yönetimi ilişkileri				
7	Ara Sınav				
8	Müşterileri elde tutma				
9	Müşteri bilgi sistemi oluşturma				
10	Değer odaklı pazarlama ve müşterinin yaşam boyu değeri				
11	Değer odaklı pazarlama ve müşterinin yaşam boyu değeri				
12	Müşteri ilişkileri hizmet kalitesi ve sistemi				
13	Müşteri nasıl kazanılır, nasıl elde tutulur, kaybedilen müşteri nasıl geri kazanılır?				
14	Müşteri nasıl kazanılır, nasıl elde tutulur, kaybedilen müşteri nasıl geri kazanılır?				
Genel Yeterlilikler					
1-Müşterilerden veri toplayabilir ve bu verilerle müşterileri sınıflandırabilir. 2-Varolan müşterileri elde tutmak için çalışabilir. 3-İşletme için bir müşteri bilgi sistemi oluşturabilir.					
Kaynaklar					
Odabaşı, Y. (2015). <i>Müşteri İlişkileri Yönetimi – CRM</i> , Aura Yayınevi-İş Dünyası Dizisi. Peppers, D. ve Rogers, M. (2013). <i>Müşteri İlişkileri Yönetimi</i> . Optimist Yayınevi.					
Değerlendirme Sistemi					
Ara sınav: % 40 Final: % 60 Bütünleme:					

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM ÇIKTILARI İLİŞKİSİ TABLOSU												
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12
ÖÇ1	4	4	4	3	3	3	5	3	3	2	3	3
ÖÇ2	5	4	4	3	3	3	5	4	3	2	3	3
ÖÇ3	4	3	4	3	3	3	5	3	3	2	3	3
ÖÇ4	5	5	5	3	3	3	5	4	3	2	3	3
ÖÇ5	4	4	5	3	3	3	5	4	3	2	3	2
ÖÇ6	4	4	5	3	3	3	5	3	4	3	3	2
ÖÇ: Öğrenme Çıktıları PÇ: Program Çıktıları												
Katkı Düzeyi	1 Çok Düşük			2 Düşük		3 Orta		4 Yüksek			5 Çok Yüksek	

Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

Ders	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12
Müşteri İlişkileri Yönetimi	4	4	5	3	3	3	5	5	4	4	3	3