



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Müşteri İlişkileri Yönetimi							
Ders Kodu		HAT256		Ders Düzeyi		Önlisans			
AKTS Kredi	3	İş Yükü	75 (Saat)	Teori	2	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Müşteri ilişkileri yönetimi ile ilgili temel bilgiler vermek. Öğrencilerin iş yaşamında müşteri ilişkileri yönetim sürecini başarıyla uygulayabilmesi için yeterli teorik ve pratik bilgiye sahip olmasını sağlamak. İlişkisel pazarlama sürecinde veri toplama yetkinliğine sahip bireyler yetiştirmek.							
Özet İçeriği		Müşteri İlişkileri Yönetimi'ne (MİY)Giriş, İlişkisel Pazarlama Yaklaşımı, Müşteri Kavramı ve Müşteri İstek Ve İhtiyaçları, Müşteri ilişkilerinin Ekonomik Yönü, Müşteri İlişkileri Yönetimi'nin Bileşenleri, İlişki Türleri ve Müşteri İlişkileri Oluşturma Yolları, Müşteri Kazanma ve Tutma, Müşteri Şikâyetleri Yönetimi, Müşteri Bilgisi ve Müşteri Piramidi Analizi, Müşteri Değer Yönetimi, Müşteri İlişkileri Yönetimi Ölçüm Yaklaşımları							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Gösterip Yaptırma, Tartışma, Örnek Olay, Proje Tabanlı Öğrenme, Bireysel Çalışma							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)									

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	70

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi, Odabaşı, Y., İstanbul, 2013.
2	Manyetik Servis - Müşteri Sadakati Yaratmanın Sırları, Bell, C. R.,- Bell, B., Ankara, 2004.
3	Müşteri Memnuniyetinin 101 Yolu, Foster, T. R., İstanbul, 2011.
4	Müşteri Odaklı Satışta 100 Altın Strateji, Vardar, A., İstanbul, 2003.

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Müşteri İlişkileri Yönetimine (MİY) Giriş
2	Teorik	İlişkisel Pazarlama Yaklaşımı
3	Teorik	Müşteri Kavramı ve Müşteri İstek Ve İhtiyaçları
4	Teorik	Müşteri İlişkilerinin Ekonomik Yönü
5	Teorik	MİY' in Bileşenleri
6	Teorik	İlişki Türleri ve Müşteri İlişkileri Oluşturma Yolları
7	Teorik	Müşteri Kazanma ve Tutma
8	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
9	Teorik	Müşteri Şikâyetleri Yönetimi
10	Teorik	Müşteri Bilgisi ve Müşteri Piramidi Analizi
11	Teorik	Müşteri Değer Yönetimi
12	Teorik	MİY Ölçüm Yaklaşımları
13	Teorik	MİY Teknoloji ve Sistemlerinin Değerlendirilmesi
14	Teorik	MİY Başarısızlık Nedenleri
15	Teorik	MİY'ye Getirilen Eleştiriler ve MİY'nin Geleceğı
16	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Yarıyıl Sonu Sınavı
17	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Yarıyıl Sonu Sınavı

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yüğü Hesabı (Ortalama Saat)

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	14	1	2	42
Ödev	1	3	2	5
Ara Sınav	1	12	1	13



Dönem Sonu Sınavı	1	14	1	15
Toplam İş Yüğü (Saat)				75
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				3
*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.				

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Müşteri İlişkileri Yönetimi sürecine hakim olma
2	Tüketici davranışlarını bilme, müşteri tiplerini tanıma ve uygun yaklaşımlar geliştirebilme
3	Müşteriyi tutma ve kaybedilen müşteriyi kazanma programlarını kavrayabilme
4	Müşteri değer yönetim sürecini tanıma
5	Müşteri sadakat programlarını tanıma

Program Çıktıları (Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı)

1	Genel olarak İletişim, özel olarak Halkla İlişkiler ve Tanıtım alanına ilişkin formasyona sahip olup, alanın tarihsel gelişim ve değişim süreçlerini öğrenerek kuramsal ve uygulamalı yetkinlik gösterebilir.
2	İletişimin disiplinlerarası zenginliğine dayanarak ilgili alanlara ilişkin genel ve güncel sorunları tespit etmek ve çözüm için yöntem belirleyebilir.
3	Disiplinlerarası bilgi birikimini İletişim ve Halkla İlişkiler ve Tanıtım alanına taşıyabilir ve bu çerçevede sorunları alanda çözümleyebilir.
4	Alanıyla ilgili etik ve hukuk kurallarını bilir, özümser ve uygulayabilir.
5	Alanda geçerli bir yabancı dili kullanarak alan bilgisini derinleştirme ve gerekli diğer uluslararası paydaşlarla iletişim kurabilir.
6	Alanının gerektirdiği düzeyde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanabilir.
7	Bir örgütsel yapı için Halkla İlişkiler, reklâm ve pazarlama programı kampanyaları ve süreçlerine hâkim olabilir ve hazırlayabilir.
8	Araştırma yöntemlerine hâkim olarak iletişim alanında haber, reklâm, vb. metinleri çözümleyebilir ve yaratıcı ve eleştirel metinler üretebilir.
9	Mesleğini icra ederken özümsemiş olduğu etik ve hukuk kurallarını uygulayabilir.

Program ve Öğrenme Çıktıları İlişkisi 1:Çok Düşük, 2:Düşük, 3:Orta, 4:Yüksek, 5:Çok Yüksek

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5
PÇ1	3	3	3	3	3
PÇ2	2	2	2	2	2
PÇ3	3	3	3	3	3
PÇ4	4	4	4	4	4
PÇ5	1	1	1	1	1
PÇ6	3	3	3	3	3
PÇ7	1	1	1	1	1
PÇ8	1	1	1	1	1
PÇ9	2	2	2	2	2

