AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı	Müşteri İlişkileri Yönetimi								
Ders Kodu	UTİ452		Ders Düzeyi	Lisans					
AKTS Kredi	5	İş Yükü	151 *(Saat)*	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı	Dersin amacı tüketicilerin satın alma karar ve davranışlarını, bu davranışları etkileyen psikolojik ve sosyo□kültürel faktörleri yakından tanıyarak müşteri ihtiyaçlarının daha iyi tahmin ve tatmin edilmesini sağlamayı amaçlamaktadır.								
Özet İçeriği	Piyasa ekonomisinde tüketicinin yeri; pazarlamada tüketici davranışının yeri ve önemi; tüketici davranışı genel modeli; psikolojik faktörler: öğrenme ve bellek; güdüleme ve algılama, tutum, kişilik, benlik ve yaşam biçimi; sosyo kültürel faktörler: grup, aile, kişisel etkiler ve yeniliklerin yayılması, sosyal sınıf, kültür; tüketici satın alma süreci; toplum ve tüketici davranışı; tüketicinin korunması ve tüketici bilinci; tüketici eğitimi konuları incelenmektedir.								
Staj Durum	Yok								
Öğretim Yöntemleri	Anlatım (Takrir), Tartışma, Bireysel Çalışma								
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)									

Ölçme ve Değerlendirme Araçları		
Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	60

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar	
1	Muhittin KARABULUT, Tüketici Davranışı: Pazarlama Yeniliklerinin Kabulü ve Yayılışı, 3. Baskı, İstanbul, 1989.

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Dersin konusu, amacı ve yöntemi, Tüketici davranışı kavramı ve özellikleri
2	Teorik	Tüketici davranışının pazarlamadaki önemi
3	Teorik	Tüketici davranışı ve pazarlama stratejisi ilişkisi
4	Teorik	Tüketici davranışını etkileyen psikolojik faktörler□Öğrenme ve Bellek
5	Teorik	Güdüleme ve İlgilenim/ Duyum ve Algılama
6	Teorik	Tutumlar, tutumların değiştirilmesi ve duygular
7	Teorik	Kişilik ve benlik/ Değerler ve yaşam biçimi
8	Teorik	Sosyo□kültürel faktörler□ Grup dinamiği ve danışma grubu/ Aile
9	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
10	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
11	Teorik	Kişisel etkiler ve yenilikler
12	Teorik	Sosyal sınıf / Kültür
13	Teorik	Tüketici davranışlarını etkileyen durumsal faktörler
14	Teorik	Tüketici karar alma sürecinin yapısı
15	Teorik	Tüketici karar alma sürecinin yapısı

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yükü Hesabı (Ortalama Saat)				
Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yükü
Kuramsal Ders	13	0	3	39
Bireysel Çalışma	13	0	4	52
Ara Sınav	1	28	1	29
Dönem Sonu Sınavı	1	30	1	31
			Toplam İş Yükü (Saat)	151
			Yuvarla [Toplam İş Yükü (saat) / 25*] = **AKTS Kredisi**	6
**25 saatlik iş yükü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.*				

Dersin Öğrenme Çıktıları	
1	Müşteri ilişkileri yönetimi kavramını ve gelişimini tanımlar.
2	Müşteri ilişkileri yönetimi stratejilerini bilir.
3	Müşteri ilişkileri yönetimi uluslararası değerlendirmelerini yapar.
4	Tüketici davranışının pazarlamadaki önemini öğrenir.
5	Tutumlar, tutumların değiştirilmesi ve duyguları tanımlayabilir.

Program Çıktıları *(Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Programı)*	
1	Ulusal ve Uluslararası piyasalarda yetkin olarak görev yapabilecek orta ve üst düzey yönetici adayı yetiştirmektir.
2	Öğrencilerimiz teorik derslerin yanı sıra uygulamaya yönelik, proje bazlı dersler alabilmektedir.
3	Öğrencilerimiz öğrenimleri sırasında sektörle ilişkiler kurmakta ve iş olanakları elde etmektedir.
4	Bölümümüzün akademik programında yer alan Avrupa ve Asya Ekonomileri, Küresel Ticaret ve Yatırım Uygulamaları, Avrupa Birliği İşletme Politikaları, Farklı Kültürlerle Ticaret Koşulları, İhracat-İthalat, Gümrük Mevzuatları, Dış Ticaret Finansmanı, Emlak Değerleme Mevzuatı gibi önemi giderek artan konularla ilgili dersler verilmekte ve buna paralel olarak ders programları sürekli olarak güncellenmektedir.
5	Bölümümüzün mezunları dış ticaret firmaları, çokuluslu şirketler, banka ve sigorta şirketleri, perakende sektörü, reklam ajansları ve lojistik firmalarında orta ve üst düzey yönetici olarak iş yaşamına katılabilmektedir.
6	Uluslararası Ticaret alanında teorik ve uygulamalı düzeyde ileri derecede bilgi sahibi olmak, bu bilgileri kullanabilmek.
7	Uluslararası Ticaret ve Ekonomi ile ilgili temel kavram, fikir ve verileri bilimsel yöntemlerle inceleyebilmek, eleştirel ve analitik bakış açısı ile yorumlayabilmek ve ekonomik olay ve gelişmelerle ilişkilendirerek değerlendirebilmek.
8	Uluslararası Ticaret ile ilgili konularda düşünce, yorum ve değerlendirmelerini yazılı ve sözlü olarak aktarabilmek.
9	Uluslararası Ticaret kavramı ile bağlantılı kamu kurumları ve özel sektör kuruluşlarının, nasıl işlediğini anlamak ve bu alandaki süreklilikleri ve değişiklikleri tespit edebilmek.
10	Uluslararası Ticaret ile ortak çalışma içerisinde olan disiplinlere (örneğin; iktisat, hukuk, finans, uluslararası işletme vb) ilişkin temel bilgilere sahip olmak ve bu bilgileri kullanabilmek.
11	Uluslararası Ticaret, Küreselleşme ve Finansman sistemleri ile ilgili İngilizce yayın ve araştırmaları izleyebilmek ve meslektaşları ile uluslararası alanda iletişim kurabilmek.
12	Veri toplanması, yorumlanması ve duyurulması aşamalarında bilimsel ve etik değerlere sahip olmak.
13	Yerel, bölgesel (örneğin Avrupa Birliği ve Orta Doğu) ve küresel gelişmeleri politik ekonomik açıdan tanımlayabilmek, takip edebilmek ve bu gelişmeler arasında ilişki kurabilmek.
14	Uluslararası Ticaret alanında teorik ve uygulamalı düzeyde ileri derecede bilgi sahibi olmak, bu bilgileri kullanabilmek.
15	İkinci bir dili orta düzeyde kullanabilmek.

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

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3
PÇ1	4	3	3
PÇ2	4	3	4
PÇ3	3	4	3
PÇ5	4	4	3
PÇ6	5	4	4
PÇ7	4	5	4
PÇ8	3	4	5
PÇ9	4	3	4
PÇ12	4	4	3
PÇ13	4	5	4
PÇ14	3	4	4