

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Müşteri İlişkileri Yönetimi	1204443	IV	2+0	2	2
Ön koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Veren					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, İşletme anlayış ve teknoloji uygulaması olarak kullanılan Müşteri İlişkileri Yönetimi ve kavramları hakkında öğrencilerin bilgilendirilmesidir.				
Dersin Öğrenme Kazanımları	1 Öğrenciler MİY sistemlerini değerlendirir 2 Öğrenciler MİY geliştirme süreçlerini değerlendirir 3 Öğrenciler temel MİY uygulamalarını inceler 4 Öğrenciler MİY' i kullanmanın temellerini öğrenir 5.Müşteri değer yönetim sürecini tanımlar 6.Müşteri şikâyetleri yönetimini tanımlar				
Dersin İçeriği	Müşteri İlişkileri Yönetimi günümüz rekabet koşullarında önemini ortaya koyan bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır. MİY uygulamalarının işletmeleri için önemini vurgulandığı bu derste öğrenciler işletme-müşteri arasındaki ilişkilerin nasıl düzenleneceği konusunda bilgi alacaklardır.				
Haftalar	Konular				
1	Müşteri İlişkileri Yönetimi'nin Ortaya Çıkışı, Yeni Ekonomide Müşteri Çeşitleri ve Evreleri				
2	Müşteri İlişkileri Yönetiminin Kaynakları				
3	Müşteri İlişkileri Yönetiminin Bileşenleri				
4	Müşterilerle İlişkileri Yönetiminin Stratejik Yapısı				
5	Müşteri Hizmeti ve Hizmet Kalitesi				
6	Müşteri Tatmini ve Sadakati				
7	Ara sınav				
8	Müşteri Şikâyet Yönetimi				
9	Müşteri ilişkileri yönetimi süreci				
10	Müşteri ilişkilerinin Değerlendirilmesi				
11	Müşteri bilgisini toplama ve analiz etme				
12	Müşteri İlişkileri programlarını geliştirme				
13	Analitik CRM uygulamaları				
14	CRM araçları ve uygulamaları				
Genel Yeterlilikler					
Öğrenciler bu dersin ana konularını anlar ve günlük ve iş hayatı alanı uygulamalarında kullanır Alanındaki kanuni düzenlemeler ve mesleki standartları bilir.					
Kaynaklar					
Arslan, M. (2014). <i>Müşteri İlişkileri Yönetimi</i> , Birecik: Yayınlanmamış Ders Notları. Geviş, H. (1998). <i>Müşteriyle Hayat Boyu Flört</i> , Power Dergisi. Odabaş, Y. (2000). <i>Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi</i> , İstanbul: Sistem Yayıncılık.					
Değerlendirme Sistemi					
Arasınav: %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	PÇ13	PÇ14	PÇ15
ÖÇ1	4	3	3	3	2	2	3	3	4	4	5	4	3	4	3
ÖÇ2	3	3	4	3	3	3	2	3	3	5	4	3	2	5	4
ÖÇ3	4	4	4	3	2	4	3	2	4	4	5	4	3	4	3
ÖÇ4	4	4	3	2	3	2	2	3	3	5	4	3	2	5	4
ÖÇ5	3	3	4	3	2	2	3	2	4	4	5	4	2	5	3
ÖÇ6	4	4	4	2	2	2	3	3	4	4	5	4	2	5	4
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

	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15
Müşteri İlişkileri Yönetimi	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	5	4	2	5	4