|  |
| --- |
| **DERS BİLGİLERİ** |
| **Ders** | *Kodu* | *Yarıyıl* | *T+U Saat* | *Kredi* | *AKTS* |
| Pazarlamada Müşteri İlişkileri | IMC562 | 2 | 3+0 | 3 | 6 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Ön Koşul Dersleri** | - |

|  |  |
| --- | --- |
| **Dersin Dili** | İngilizce  |
| **Dersin Seviyesi** | Yüksek Lisans |
| **Dersin Türü** | Zorunlu |
| **Dersin Koordinatörü** |  |
| **Dersi Verenler** | Nazlı Reyhan ERTÜR |
| **Dersin Yardımcıları** |  |
| **Dersin Amacı** | Bu ders, öğrencileri CRM teorik bilgisi ve uygulamalı tecrübesi ile ilgili konular ve problemlerle donatmayı amaçlamaktadır. |
| **Dersin İçeriği** | Bu ders, temel pazarlama sorunları, müşteri hizmetleri, satış gücü otomasyonu, analitik CRM, araçlar ve CRM proje yönetimi gibi müşteri ilişkileri yönetimi (CRM) örnekleriyle ilgilidir. Öğrenciler, CRM ve ilgili konuların teorik ve pratik konularını ele alacaklardır. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Dersin Öğrenme Çıktıları** | **Program Öğrenme Çıktıları** | **Öğretim Yöntemleri** | **Ölçme Yöntemleri** |
| Pazarlamayı ve müşteri ilişkilerini teorik ve pratik açıdan anlama (e-business, satış gücü otomasyonu, analitik müşteri ilişkileri yönetimi). | 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10 | 1,2,3 | B,C |
| Başarılı pazarlama ve müşteri ilişkileri stratejisi oluşturmayı anlama. | 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10 | 1,2,3 | B,C |
| Pazarlama iletişiminin ulusal ve uluslararası değişkenleri ve etkilerini anlama. | 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10 | 1,2,3 | B,C |
|  | 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10 | 1,2,3 | B,C |

|  |  |
| --- | --- |
| **Öğretim Yöntemleri:** |  1:Anlatım, 2:Soru-Cevap, 3:Tartışma |
| **Ölçme Yöntemleri:** |  A:Sınav, B:Sunum, C: Derse Katılım  |

|  |
| --- |
| **DERS AKIŞI** |
| **Hafta** | **Konular** | **Ön Hazırlık** |
| 1 | Giriş  |  |
| 2 | Müşteri Bağlılığı Üzerine Yeni İlerleme |  |
| 3 | Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi |  |
| 4 | Müşteri İlişkileri Yönetimi ve Müşteri Hizmetleri |  |
| 5 | Satış Gücü Otomasyonu |  |
| 6 | E-Ticarette Müşteri İlişkileri Yönetimi |  |
| 7 | Analitik Müşteri İlişkileri Yönetimi |  |
| 8 | Ara Sınav |  |
| 9 | Müşteri İlişkileri Yönetimi Projesini Planlama, Seçme ve Yönetme |  |
| 10 | Kriz Yönetimine İlişkin Farklılıklar ve Şikayet Yönetimi |  |
| 11 | Anahtar Hesap Yönetimi ve Toplam Kalite Yönetimi |  |
| 12 | Müşteri Deneyimi |  |
| 13 | Sosyal Müşteri İlişkileri Yönetimi |  |
| 14 | Ödev  |  |
| 15 | Ödev |  |

|  |
| --- |
| **KAYNAKLAR** |
| **Ders Notu** | Jill Dyché, The CRM Handbook- A Business Guide to CRM , Addison-Wesley, (ISBN: 0- 201 -73062- 6) |
| **Diğer Kaynaklar** |   |

|  |
| --- |
| **MATERYAL PAYLAŞIMI** |
| **Dökümanlar** | -  |
| **Ödevler** | - |
| **Sınavlar** | - |

|  |
| --- |
| **DEĞERLENDİRME SİSTEMİ** |
| **YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARI** | **SAYI** | **KATKI YÜZDESİ** |
| Ara Sınav |  | 40 |
| Ödev (Katılım ) |  | 20 |
| Finalin Başarıya Oranı |  | 40 |
| **Toplam** |  | **100** |

|  |  |
| --- | --- |
| **DERS KATEGORİSİ** | Uzmanlık / Alan Dersleri |

|  |
| --- |
| **DERSİN PROGRAM ÇIKTILARINA KATKISI** |
| No | Program Öğrenme Çıktıları | Katkı Düzeyi |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Farklı alanlardaki kuram, yöntem ve uygulamaları ilgili alana adapte edebilme becerisi kazanma. |  |  |  |  | x |
| 2 | Pazarlama ve Müşteri İlişkileri çalışmalarıyla ilgili veri toplama, literatür inceleme ve analiz yapma becerisini kazanma. |  |  |  |  | x |
| 3 | Uzmanlık alanları ile ilgili olarak ulusal ve uluslararası çevrelerle iletişim kurabilme becerisi kazanma. |  |  |  |  | x |
| 4 | Bilimsel araştırma sürecine ilişkin yöntem bilgi ve becerisine sahip olma. |  |  |  |  | X |
| 5 | Eleştirel bir değerlendirme ve sentez yapma yeterliliği kazanma. |  |  |  |  | X |
| 6 | Tez konusu ile ilgili yeterli düzeyde araştırma yapmış olmak. |  |  | x |  |  |
| 7 | Akademik hayatın gerektirdiği düzeyde davranış ve etik duyarlılığa sahip olma. |  |  |  |  | X |
| 8 | Makale ve tez yazmak için gerekli olan bilgisayar kullanma becerisine sahip olmak. |  |  | x |  |  |
| 9 | Yeniliklere ve yeni fikirlere açık olma ve yeni fikirler üretebilme becerisi kazanma. |  |  |  |  | x |
| 10 | Pazarlama ve Müşteri ilişkilerinin teorik ve pratik açıdan anlamı ve öneminin tam ve doğru anlaşılması. |  |  |  |  | x |

|  |
| --- |
| **AKTS / İŞ YÜKÜ TABLOSU** |
| Etkinlik | SAYISI | Süresi(Saat) | Toplamİş Yükü(Saat) |
| Ders Süresi (Sınav haftası dahildir: 16x toplam ders saati) | 16 | 3 | 48 |
| Sınıf Dışı Ders Çalışma Süresi(Ön çalışma, pekiştirme) | 16 | 8 | 128 |
| Ara Sınav | 1 | 10 | 10 |
| Ödev | 1 | 10 | 10 |
| Final | 1 | 20 | 20 |
| **Toplam İş Yükü** |   |   | 208 |
| **Toplam İş Yükü / 25 (s)** |   |   | 8,32 |
| **Dersin AKTS Kredisi** |   |   | 8 |