

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Müşteri İlişkileri Yönetimi	2211416	IV	2+0	2	2
Ön Koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Mesleki				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Veren					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Öğrencinin, İşletmenin hedef ve stratejilerine göre müşteriler ile iletişim kurabilmesini ve müşterilerin özelliklerine göre sınıflandırılmasına yardımcı olabildiğini, online alışveriş sisteminin özelliklerine göre online tüketici davranışlarını, müşterilerin satın alma yöntem ve sıklıklarına göre de geleneksel tüketici davranışlarını yorumlayabilmesini, randevu alma ve verme kurallarına göre, randevu düzenleyebilmesini ve izleyebilmesini, ağırlama tekniklerine göre müşteriye ağırlayabilmesini, müşteriye elde tutma programlarına göre, müşteri değeri yaratmak konusunda ve müşteri memnuniyeti ölçme tekniklerine göre müşteri memnuniyet ölçümüne yardımcı olmayı sağlamaktır.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	<b>Bu dersin sonunda öğrenci;</b> 1-Müşteri ilişkileri yönetimini öğrenebilir, 2- Müşteriyi tanıır, 3- Müşteri randevu ve kabul programı yapabilir, 4- Müşteri memnuniyetini artırmak gibi yeterliklere sahip olabilir..				
Dersin İçeriği	MİY kavramının strateji, organizasyon ve bilgi teknolojileri temel alınarak açıklanması. MİY'nin pazarlama uygulamaları				
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>				
1	Müşteriler İle İletişim				
2	Müşteriler İle İletişim				
3	Müşterilerin Sınıflandırılması				
4	Müşterilerin Sınıflandırılması Online Tüketici Davranışları				
5	Online Tüketici Davranışları				
6	Geleneksel Tüketici Davranışları				
7	Ara Sınav				
8	Randevu Düzenlemek Ve İzlemek Müşteriyi Ağırlamak				
9	Müşteri Değeri Yaratmak Konusunda Katkı Sağlamak				
10	Müşteri Değeri Yaratmak Konusunda Katkı Sağlamak				
11	Müşteri Memnuniyetinin Ölçümüne Katkı Sağlamak				
12	Müşteri Memnuniyetinin Ölçümüne Katkı Sağlamak				
13	Müşteri Şikayetleri Yönetimine Katkı Sağlamak				
14	Müşteri Şikayetleri Yönetimine Katkı Sağlamak				
<b>Genel Yeterlilikler</b>					
1- İşletmenin hedef ve stratejilerine göre müşteriler ile iletişim kurabilecektir. 2- Müşterilerin özelliklerine göre sınıflandırılmasına yardımcı olabilecektir.					
<b>Kaynaklar</b>					
Yavuz, O.(2015). <i>Müşteri İlişkileri Yönetimi</i> . Ankara: Aura Yayınevi.					
<b>Değerlendirme Sistemi</b>					
<b>Ara Sınav :</b>	% 40				
<b>Final :</b>	% 60				
<b>Bütünleme:</b>					

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU															
	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12	PÇ 13	PÇ 14	PÇ 15
ÖK1	4	5	3	3	5	3	5	5	4	5	5	5	4	4	5
ÖK2	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5
ÖK3	4	5	3	3	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4
ÖK4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5
<b>ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları</b>															
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	PÇ13	PÇ14	PÇ15
Müşteri İlişkileri Yönetimi	4	5	3	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5