|  |  |
| --- | --- |
|  | **AKTS DERS TANITIM FORMU** |
| **I. BÖLÜM (Senato Onayı)** |
| **Dersi Açan Fakülte /YO** | **İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi** |
| **Dersi Açan Bölüm** | **İşletme** |
| **Dersi Alan Program (lar)** | **Lisans Öğrencileri** | **Seçmeli** |
|  |  |
|  |  |
| **Ders Kodu**  | **BUSI 335** |
| **Ders Adı** | **Müşteri İlişkileri Yönetimi** |
| **Öğretim dili**  | **İngilizce** |
| **Ders Türü** | **Teorik Ders; Yüz-yüze** |
| **Ders Seviyesi** | **Lisans Düzeyi** |
| **Haftalık Ders Saati** | **Ders: 3** | **Lab:**  | **Uygulama:** | **Pratik:**  | **Stüdyo:** | **Diğer:** |
| **AKTS Kredisi** | **5** |
| **Notlandırma Türü** | **Harf Notu** |
| **Ön koşul/lar** | **Yok** |
| **Yan koşul/lar** | **Yok** |
| **Kayıt Kısıtlaması** |  |
| **Dersin Amacı**  | Bu dersin amacı, öğrencileri Müşteri İlişkileri Yönetimi (MİY) felsefesi ve strateji yöntemleri ile tanıştırmaktır. İşletmelerin, MİY sistemlerine 1990'ların sonunda ve 2000'li yıllar boyunca büyük miktarda yatırımlar yapmasına rağmen çoğu firma beklenen faydaları sağlamada başarısız olmuştur. Bu dersin amacı, MİY'in ne olduğunu analiz etmek ve başarılı bir MİY uygulaması için gereksinimleri araştırmaktır. |
| **Ders İçeriği**  | Müşteri İlişkileri Yönetimi (MİY) dersi, MİY temelleri, bu stratejinin temeli ve önemi, müşteri olarak düşünme yolları, değişen iş koşullarındaki yeni pazarlama eğilimleri ve farklı endüstrilerdeki MİY başarı öyküleri üzerine odaklanmaktadır. Ayrıca, bu ders size MİY’'nin genellikle yöneticiler tarafından göz ardı ettiği önemli yönlerini de öğretir- MİY nasıl çalışır? İşletmelerin aradığı şeyleri nasıl gerçekleştirir? Müşteri ömrü değeri nedir? Nasıl hesaplanır? Müşteriler markalar arasında geçiş yapınca veya satın alma yapıp birkaç dönem sonra tekrar geri dönseler ne olur? Müşteri değeri (sermayesi) nedir ve bu nasıl belirlenir? Müşteri veritabanı nasıl kullanılır? Müşteri tutma nedir ve nasıl başarılır? Bir firma bir müşterinin geri gelmediğini ne zaman bilmelidir? Bağlılık nedir, bu nasıl belirlenir ve müşteriler gerçekten sadık mıdır? Dersin amacı, MİY’'in stratejik ve analitik yönlerini incelemek ve böylece öğrencilerin MİY'nin gücünü daha iyi anlamaları ve etkin bir şekilde nasıl kullanacaklarını öğretmektir. |
| **Öğrenim Çıktıları**  | **ÖÇ1** | 1. Kuruluşların sürdürülebilir rekabet avantajları elde etmelerini sağlamak için müşteri ilişkileri yönetiminin uygulanmasına ilişkin temel kavramları anlayabilme.2. MİY’i örgüt kültürü ve yetkinliklerini, iş süreçlerini ve teknolojiyi yönetmeyi gerektiren bir felsefe ve strateji olarak tanımlama.3. Müşteri yaşam süresi değerinin ne olduğunu ve nasıl ölçülebileceğini anlama.4. İşletme organizasyonlarını ve MİY uygulamasına hazır olup olmadıklarını analiz edebilme.5. MİY uygularken, müşteriyi ve kuruluşla olan tecrübelerini kuruluşların odak noktasının merkezine yerleştirme ihtiyacını anlama ve analiz edebilme.6. MİY sistemlerinin uygun uygulama stratejilerini önerme ve sunma için iyi iletişim ve kişiler arası becerileri gerçekleştirme. |
| **ÖÇ2** |
| **ÖÇ3** |
| **ÖÇ4** |
| **ÖÇ5** |
| **ÖÇ6** |
|  |
| **II. BÖLÜM (Fakülte Kurulu Onayı)** |
| **Temel Çıktılar**1= Alt seviyede destekliyor2= Orta seviyede destekliyor3= Üst seviyede destekliyor |  | **Program Çıktıları** | **ÖÇ1** | **ÖÇ2** | **ÖÇ3** | **ÖÇ4** | **ÖÇ5** | **ÖÇ6** |
| **PÇ1** | Türkçe ve İngilizce sözlü, yazılı ve görsel yöntemlerle etkin iletişim kurma rapor yazma ve sunum yapma **becerisi**. | **3** | 3 | **3** | **2** | **3** | **3** |
| **PÇ2** | Hem bireysel hem de disiplin içi ve çok disiplinli takımlarda etkin biçimde çalışabilme **becerisi**. | **2** | **2** | **2** | **3** | **3** | **3** |
| **PÇ3** | Yaşam boyu öğrenmenin gerekliliği **bilinci** ve bilgiye erişebilme, bilim ve teknolojideki gelişmeleri izleme ve kendini sürekli yenileme **becerisi**. | **3** | **3** | **3** | **3** | **2** | **3** |
| **PÇ4** | Proje yönetimi, risk yönetimi, yenilikçilik ve değişiklik yönetimi, girişimcilik ve sürdürülebilir kalkınma hakkında **bilgi**. |  |  |  | **2** |  | **2** |
| **PÇ5** | Sektörler hakkında **farkındalık** ve iş planı hazırlama **becerisi**. |  |  |  |  |  | **1** |
| **PÇ6** | Mesleki ve etik sorumluluk **bilinci** ve etik ilkelerine uygun **davranma**. | **2** | **2** | **2** | **2** | **3** | **3** |
| **Fakülte/YO Çıktıları**  | **PÇ7** | Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri konusunda **bilgi sahibi olma** |  |  |  |  |  | **1** |
| **PÇ8** | Bölümün, matematik, istatistik ve ekonomi gibi farklı disiplinlerle olan bağlantısını **anlamak.**  |  |  |  |  |  | **2** |
| **PÇ9** | Sosyal bilimlerde disiplinler arası yaklaşımların **farkında olmak.** | **2** |  |  |  |  | **2** |
| **PÇ10** | Sosyal bilimlerdeki farklı konuları güncel olaylarla ilişkilendirme **becerisine sahip olmak.** | **2** | **2** | **3** | **3** | **3** | **3** |
| **PÇ11** | Sosyal bilimlerde araştırılan konuları yazılı ve sözlü olarak **analiz edebilmek.** | **1** | **1** | **1** | **2** | **2** | **2** |
| **Program Çıktıları** | **PÇ12** | Çağdaş işletme **becerileri** ve temel işletmecilik işlevleri, iş araştırmaları ve bilgi teknolojileri konusunda **bilgi sahibi olma** | **3** | **3** | **3** | **3** | **3** | **2** |
| **PÇ13** | Takım halinde çalışabilme ve sorumluluk alma **becerisine** sahip olma |  |  |  |  |  | **3** |
| **PÇ14** | Analitik ve **eleştirel** **düşünebilme** | 2 | **2** | **2** | **2** | **2** | **2** |
| **PÇ15** | Ticari uygulamaların ve sosyal sorumluluk ve etik **davranış biçimlerine sahip** **olma** | **1** | **1** | **1** | **1** | **1** | **2** |
| **PÇ16** | İş dünyasında yazılı ve sözlü olarak etkili iletişim kurma **becerisine** sahip olma | **3** | **3** | **3** | **3** | **3** | **3** |
|  | **PÇ17** | İşletme ile ilgili konulara metodolojik ve ikincil araştırmalar yapabilme **becerisine** sahip olma |  |  |  |  |  | **2** |
|  | **PÇ18** | Ekonominin bireylere, topluma ve küresel ticaret gelişimine olan etkisini **anlama** | **2** | **2** | **2** | **2** | **2** | **2** |
|  | **PÇ19** | Sürdürülebilirlik kavramlarını yeni bir çaba yaratımına **uygulama** | **1** |  |  |  |  |  |
|  | **PÇ20** | Örgütsel performansla ilgili sosyal davranışın doğasını ve dinamiklerini **anlama** | **2** | **2** | **2** | **2** | **2** | **2** |
|  | **PÇ21** | İş problemlerini çözmek için gerekli olan matematiksel araçları **anlama** ve bu problemleri çözmek için ilgili yazılım programlarını kullanma |  |  |  |  |  | **3** |
|  | **PÇ22** | İş süreçlerini desteklemek ve karar vermek için bilişim teknolojisini **uygulama** |  | **3** |  |  | **2** |  |
|  | **PÇ23** | Örgütlerin küreselleşmeden nasıl etkilendiği bilgisini **gösterme** |  |  |  | **1** |  |  |
| **III. BÖLÜM (Bölüm Kurulunda Görüşülür)** |
| **Öğretilen Konular, Konuların Öğrenim Çıktılarına Katkıları ve Öğrenim Değerlendirme Metotları** | **Konu#** | **Hafta** | **Konu** | **ÖÇ1** | **ÖÇ2** | **ÖÇ3** | **ÖÇ4** | **ÖÇ5** | **ÖÇ6** |
| **K1** | 1 | MİY ve temellerine giriş | X | X | X | X | X | X |
| **K2** | 2 | MİY stratejisi: Mimari, bileşenler ve özellikleri | X | X | X | X | X | X |
| **K3** | 3 | Müşteri farklılıklarını anlama | X | X | X | X | X | X |
| **K4** | 4 | Müşteri ömrü değeri oluşturmak için müşteriye hizmet etme | X | X | X | X | X | X |
| **K5** | 5 | Ara sınav 1 | X | X | X | X | X | X |
| **K6** | 6 | Müşteri tutma stratejileri | X | X | X | X | X | X |
| **K7** | 7 | Veri depolama, ulaşımı, analizi, işleme, görüntüleme | X | X | X | X | X | X |
| **K8** | 8 | Devralma ve geri kazanma stratejileri | X | X | X | X | X | X |
| **K9** | 9 | Satış gücü otomasyonu ve müşteri hizmetleri merkezi | X | X | X | X | X | X |
| **K10** | 10 | Ara sınav 2 | X | X | X | X | X | X |
| **K11** | 11 | Çevrimiçi analitik işleme | X | X | X | X | X | X |
| **K12** | 12 | Müşteri tatmini ölçümü | X | X | X | X | X | X |
|  | **K13** | 13 | MİY sistemleri uygulaması ile ilgili konular | X | X | X | X | X | X |
|  | **K14** | 14 | Final sınavı | X | X | X | X | X | X |
| **Öğrenim Değerlendirme Metotları,** **Ders Notuna Etki Ağırlıkları, Uygulama ve Telafi Kuralları**  | **No** | **Tür**  | **Ağırlık** | **Uygulama Kuralı**  | **Telafi Kuralı** |
| **D1** | **Ara Sınav** | 40 |  |  |
| **D2** | **Alıştırmalar ve Testler** |  |  |  |
| **D3** | **Ödevler** |  |  |  |
| **D4** | **Proje** | 20 |  |  |
| **D5** | **Rapor** |  |  |  |
| **D6** | **Sunum** |  |  |  |
| **D7** | **Yoklama/Derse Katılım** |  |  |  |
| **D8** | **Final Sınavı** | 40 |  |  |
| **D9** | **Diğer** |  |  |  |
| **Toplam** | **100%** |
| **Öğrenim Çıktılarının Kazanılmasının Kanıtı** | Öğrenciler öğrenim çıktılarını ödev, ara sınav ve final sınavları ile göstereceklerdir. |
| **Harf Notu Belirleme Metodu** | Harf notu belirleme metodu temeli ders izlencesinde belirtilmekte olup giriş dersinde açıklanmaktadır ve bölümün önceden internet sayfası üzerinden duyurduğu notlandırma kriterleri ile uyumludur. |
| **Öğretim Metotları, Tahmini Öğrenci Yükü** | **No** | **Tür** | **Açıklama** | **Saat** |
| **Öğretim elemanı tarafından uygulanan süre** |
| **1** | **Sınıf Dersi** | Haftalık ders saati | 42 |
| **2** | **Etkileşimli Ders** |  |  |
| **3** | **Problem Dersi**  |  |  |
| **4** | **Laboratuvar**  |  |  |
| **5** | **Uygulama** |  |  |
| **6** | **Saha Çalışması** |  |  |
| **Öğrencinin ayırması beklenen tahmini süre** |
| **7** | **Proje** | Proje ve sunumlar | 15 |
| **8** | **Ödev** | Dersle ilgili ödevler | 18 |
| **9** | **Derse Hazırlık**  | Sınav ve sınav hazırlığı | 75 |
| **10** | **Ders Tekrarı** |  |  |
| **11** | **Studyo** |  |  |
| **12** | **Ofis Saati** |  |  |
| *TOPLAM* | 150 |
| **IV. BÖLÜM** |
| **Öğretim Elemanı** | **İsim** |  |
| **E-mail** |  |
| **Tel** |  |
| **Ofis** |  |
| **Görüşme saatleri** |  |
| **Ders Materyalleri** | **Zorunlu** | 1) Zikmund, W and McLeod, R. (2003) Customer Relationship Management: Integrating Marketing Strategy and Information Technology. Hoboken: Wiley2) Buttle, Francis (2004) Customer Relationship Management. Burlington: Elsevier.3) Kumar, V and Reinartz, W. (2005) Customer Relationship Management: A Database Approach. Hoboken: Wiley |
| **Önerilen** | Students are encouraged to read business periodicals and publications regularly. Recommended readings include; * Business Week,
* *The Economist*,
* Financial Times,
* Fortune,
* Forbes,
* Harvard Business Review and

 The Wall Street Journal. |
| **Diğer** | **Akademik Dürüstlük** | Akademik sahtekârlığın herhangi bir şekli tolere edilemez. Akademik dürüstlüğün ihlali şu konuları ve daha fazlasını içermektedir: Kopya, intihal, sahte bilgi veya alıntı yapma, başkaları tarafından sahtekârlığın kolaylaştırılması, başka bir kişinin çalışmasını veya başka sınıftan bir kişinin çalışmasını teslim etmek veya diğer öğrencilerin akademik çalışmalarını gizlice kopyalamak. Akademik sahtekârlığın sonuçları ciddidir ve Üniversite politikalarına göre disiplin işlemlerine neden olabilir.Hatırlanması gereken basit kural: Başkalarının emeklerini ve fikirlerini onlara kredi vermeden çalmaktan kaçının ve başkalarının sizden çalmasına izin vermeyin. Bu tür davranışlar uygun olmayan, profesyonel olmayan ve ahlak dışı davranışlardır. Akademik dürüstlük ile ilgili küçük ihlaller, ödevleriniz için "F" notu ile sonuçlanır; akademik dürüstlük ile ilgili yapılan büyük ihlaller ise ders için "F" notu ile sonuçlanacaktır. Sınavda kopya çekmek büyük bir ihlal olarak değerlendirilir. Fikirleriniz üzerine konuşmak ve arkadaşlarınızdan, öğretmenlerinizden veya sınıf arkadaşlarınızdan çalışmanız hakkında yorum almak kopya olarak kabul edilmez. |
| **Engelli Öğrenciler** | Akademik olarak yeterli bulunan engelli öğrenciler dersi alabilmektedir. Dersle ilgili olarak engellilik durumunuz ile bağlantılı bir düzenleme veya modifikasyon ihtiyacınız varsa, dersin öğretim elemanına başvurmalısınız. Büyük boy çıktılar, ek test süresi, doktor randevuları gibi ek destekler almak için dersin öğretim elemanının uygun bilgi ve belgelerin teminini sağlamak sizin sorumluluğunuzdadır. |
| **Güvenlik Konuları**  |  |
| **Esneklik (Değişiklikler Durumunda)**  | Öğrenciler, herhangi bir değişiklik yapılmadan önce e-postayla, çevrimiçi platformlardaki duyurularla ve önceki derslerde (öğretim elemanının konferansa katılımı, spesifik konular için ek materyal gibi) ve diğer hafifletici durumlarda (sağlık sorunları gibi) bilgilendirilir. |