|  |
| --- |
| ***ÇAĞ UNIVERSITY******SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ*** |
| **Kod** | **Dersin Adı:** | **Kredi** | **Dersin AKTS Kredisi** |
| **MAN 580**  | Müşteri İlişkileri Yönetimi | 3 (3-0-3) | 8 |
| **Önkoşullar** | **Hiç kimse** |
| **Eğitim Dili** | Türkçe | **Dersin Veriliş Biçimi**  | Yüz yüze |
| **Kursun Türü ve Seviyesi** | İstemli |
| **Öğretim** | **İsim(ler)**  | **Ders Saatleri** |  **Ofis Saatleri** | **Kişiler** |
| **Dersin Koordinatörü** | Dr. Öğr. Üyesi Emre K. ÖZEKENCİ |  - | Cuma 13:00-16:00 | ekadirozekenci@cag.edu.tr  |
| **Dersin Amacı**  | CRM'in stratejik, organizasyonel, ticari ve teknoloji yönlerini ele almak, konunun tam olarak anlaşılmasına yardımcı olmak için teori ve pratiği harmanlayan bir psikoloji perspektifi getirir. |
| **Dersin Öğrenme Çıktıları** |  | Dersi başarıyla tamamlayan öğrenciler; | **İlişki** |
| **Prog. Çıktı** | **Net Etki** |
| 1 | CRM'yi ve işlevlerini tanımlar | 5 | 4 |
| 2 | Müşteriyi tanımak için veri yönetiminin önemini anlayın  | 5 | 4 |
| 3 | CRM ile ilgili teknolojik terimleri anlamak | 2 | 4 |
| 4 | İlişkideki değişimleri yönetmek (Pazarlama) | 4 | 5 |
| 5 |  CRM kanallarını ve çevrimiçi ortamı anlayın | 5 | 4 |
| 6 | CRM sistemleri ve uygulamaları | 5 | 3 |
| **Ders İçeriği:** Müşterilerinizle gerçek bir ilişki kurmak için onların kim olduğunu bilmeniz gerekir. Müşteriler, tedarikçiler ve çevrelerindeki kişi ve kuruluşlar arasındaki ilişkiler önemlidir. Çoğu işletme, şirketin müşterilerinin şirketin başarısı için hayati önem taşıdığını bilir. Böylece, bir dönemlik eğitimden sonra, öğrenciler günümüz pazarında CRM'nin önem düzeyini anlayabileceklerdir. |
| **Ders İçerikleri:( Haftalık Ders Planı )** |
| **Hafta** | **Konu** | **Hazırlık** | **Öğretim Yöntemleri** |
| **1** | Tanışma ve Ders Tanımı |  | Dersler ve Tartışma |
| **2** | Günümüzün stratejik CRM'i | Ders kitabı ve diğer materyaller | Dersler ve Tartışma |
| **3** | Müşteri değeri kavramları | Ders kitabı ve diğer materyaller | Dersler ve Tartışma |
| **4** | Vaka tartışması | Diğer malzemeler | Dersler ve Tartışma |
| **5** | CRM uygulaması | Ders kitabı ve diğer materyaller | Dersler ve Tartışma |
| **6** | Stratejik CRM /Seminer  | Ders kitabı ve diğer materyaller | Dersler ve Tartışma |
| **7** | CRM analitiği ve veri madenciliği | Ders kitabı ve diğer materyaller | Dersler ve Tartışma |
| **8** | Müşteri sadakati | Ders kitabı ve diğer materyaller | Dersler ve Tartışma |
| **9** |  Müşteri yolculuğu | Ders kitabı ve diğer materyaller | Dersler ve Tartışma |
| **10** |  Müşteri odaklılık | Ders kitabı ve diğer materyaller | Dersler ve Tartışma |
| **11** |  B2B'de CRM sorunları  | Moodle'daki ders kitabı ve diğer materyaller | Dersler ve Tartışma |
| **12** | Proje sunumu | Yüz yüze | Tartışma |
| **13** | Proje sunumu | Yüz yüze | Tartışma |
| **14** | Genel bakış | Yüz yüze | **-** |
|  |
| **Ders kitabı** | Müşteri İlişkileri Yönetimi Kavramı, Stratejisi ve Araçları Üçüncü Baskı, V Kumar & W, Reinartz,2018 Springer, Çevrimiçi dokümanlar |
| **İlgili bağlantılar** | TEDX KONUŞMALARI, |
| **Ders Notları** | Vaka çalışmaları veya ödevler için talimatlar olarak dağıtılacaktır. |
| **Önerilen Kaynaklar** | Atama  |
| **Materyal Paylaşımı** | Vaka Çalışmaları, sunumlar |
|  **ÖLÇME YÖNTEMLERİ** |
| **Faaliyetleri** | **Sayı** | **Etki** | **Vaka öğretim üyeleri tarafından verilecektir**  |
| Ara Sınav | **1** |  **40%**  | **Notlar** |
| ***Yarıyıl Sonu Sınavı***Vaka Tartışması (Proje Ödevi) | **1** | **60%** |  |
| **AKTS TABLOSU** |
| **Içeriği** | **Sayı** | **Saat** | **Toplam** |
| **Sınıfta Geçirilen Saatler**  | **14** | **3** | **42** |
| **Sınıf Dışı Saatler** | **14** | **8** | **112** |
| **Vize Sınavı** | **1** | **40** | **40** |
| **Yarıyıl Sonu Sınavı** | **1** | **40** | **40** |
| **Toplam****Toplam / 30****AKTS Kredisi** | **234** |
| **=234/30=7.8** |
| **8** |
| **SON PERFORMANS** |
|

|  |  |
| --- | --- |
|   |  |
|  |  |

 |