

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Customer relations management / Customer relations management	
Ders Kodu / Course Code	SY310.1B	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Bachelor Degree / Bachelor Degree	
Ders Akts Kredi / ECTS	3.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	2.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	3	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Normal Education / Normal Education	
Eğitim Dili / Education Language		
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	-
Amacı / Purpose	MİY'nin etkin ilişkisel pazarlama açısından planlama, uygulama ve kontroldeki rolünün anlaşılması. Müşterinin hayat boyu değerinin hesaplanması ve MİY uygulamalarındaki kullanım alanlarının açıklanması. MİY'nin müşterileri elde etme, büyütme ve sadık hale getirmek açısından rolünün ortaya konması. Başarılı MİY uygulamalarında kritik başarı faktörlerinin tanımlanması. MİY uygulamalarında kullanılan mevcut ve gelişmekte olan teknolojilere ilişkin açıklamalar yapılması.	Understanding the role of CRM in planning, implementing and controlling effective relational marketing. Calculation of the lifetime value of the customer and explain the usage areas in CRM applications. Demonstrate the role of CRM in acquiring, growing and loyal to customers. Identification of critical success factors in successful CRM applications. Explanation of current and emerging technologies used in CRM applications.
İçeriği / Content	MİY kavramının strateji, organizasyon ve bilgi teknolojileri temel alınarak açıklanması. Ders MİY'nin pazarlama uygulamalarındaki rolünü ve pazarlama uygulamaları açısından önemini ortaya koymaktadır. Bunun yanında "müşteri ilişkileri yönetimi(MİY)", "müşteri değeri", "müşteri bağlılığı", "analitik ve operasyonel CRM" gibi kavramlara ilişkin açıklamalar yapılmaktadır.	Explanation of CRM concept based on strategy, organization and information technologies. The course demonstrates the role of CRM in marketing practices and its importance in terms of marketing practices. In addition, explanations are made about concepts such as "customer relationship management (CRM)", "customer value", "customer loyalty", "analytical and operational CRM.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	YOK	NONE
Staj Durumu / Internship Status	YOK	NONE
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Customer Relationship Management, Francis Buttle Müşteri İlişkileri Yönetimi, Yavuz Odabaşı	Customer Relationship Management, Francis Buttle Müşteri İlişkileri Yönetimi, Yavuz Odabaşı
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr. Öğr. Üyesi Sefa Emre YILMAZEL	Lec. PhD Sefa Emre YILMAZEL

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Müşteri İlişkileri Yönetiminin bir pazarlama stratejisi olarak önemi kavranır.	Understanding the importance of Customer Relationship Management as a marketing strategy.
2	Müşteri ilişkileri türleri ve stratejileri tanımlanır.	Customer relationship types and strategies are defined.
3	Veritabanına dayalı pazarlama uygulamaları incelenir.	Database-based marketing practices are examined.
4	Sadakat programları incelenir.	Loyalty programs are examined.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Müşteri ilişkileri yönetimi(MİY)'ne giriş				
	Introduction to customer relationship management (CRM)				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Müşteri ilişkilerinin tanımlanması				
	Defining customer relations				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	MİY projelerinin planlaması ve uygulaması				
	Planning and implementation of CRM projects				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Müşteri verilerinin oluşturulması, yönetilmesi ve kullanımı				
	Creation, management and use of customer data				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Müşteri portföyünün yönetimi				
	Customer portfolio management				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	MİY ve müşteri deneyimi				
	CRM and customer experience				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Müşteri kazanma				
	Customer acquisition				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ara Sınav				
	Midterm				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Müşteri tutma ve geliştirme stratejileri				
	Customer retention and development strategies				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	MİY performansında network yönetimi				
	Network management in CRM performance				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tedarikçi ve ortaklık ilişkilerinin yönetimi				
	Management of supplier and partnership relations				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yatırımcı ve çalışan ilişkilerinin yönetimi				
	Investor and employee relations management				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	MİY bilgi teknolojileri				
	CRM information technology				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	MİY bilgi teknolojileri II				
	CRM information technology II				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	MİY Bilgi Teknolojileri III				
	CRM information technology III				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40
Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60
Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:		100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:		

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	1.00	1.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	7	2.00	14.00
Bireysel Çalışma / Self Study	10	2.00	20.00
Derse Katılım / Attending Lectures	14	2.00	28.00
Final Sınavı / Final Examination	1	2.00	2.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	5	2.00	10.00
Soru-Yanıt / Question-Answer	1	1.00	1.00
Sözlü Sınav / Oral Examination	1	1.00	1.00
Takım/Grup Çalışması / Team/Group Work	1	1.00	1.00
Toplam / Total:	41	14.00	78.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 78.00/30.00 = 2.60 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 78.00 / 30.00 = 2.60 ~			

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes														
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	2.1.1	2.1.2	3.1.1	3.1.2	3.1.3	3.1.4	3.2.1	3.2.2	3.3.1	3.3.2	3.4.1	3.4.2
1.Müşteri ilişkileri Yönetiminin bir pazarlama stratejisi olarak önemi kavranır. / Understanding the importance of Customer Relationship Management as a marketing strategy.	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1
2.Müşteri ilişkileri türleri ve stratejileri tanımlanır. / Customer relationship types and strategies are defined.	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1
3.Veritabanına dayalı pazarlama uygulamaları incelenir. / Database-based marketing practices are examined.	1	2	2	2	3	1	2	1	2	3	2	1	2	2	1
4.Sadakat programları incelenir. / Loyalty programs are examined.	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high