

**İletişim Fakültesi / Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı (İngilizce)****2021 - 2022 Eğitim Öğretim Yılı****MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ****Ders Tasarımı (Syllabus)**

<b>Dersin Tanımı</b>					
<b>Adı</b>	<b>Kodu</b>	<b>Yarıyıl</b>	<b>T+U Saat</b>	<b>Kredi</b>	<b>AKTS</b>
MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ	PR2273470	Bahar Dönemi	3+0	3	5
<b>Ön Koşul Dersleri</b>					
<b>Önerilen Seçmeli Dersler</b>					
<b>Dersin Dili</b>	İngilizce				
<b>Dersin Seviyesi</b>	Lisans				
<b>Dersin Türü</b>	Programa Bağlı Seçmeli				
<b>Dersin Koordinatörü</b>	Dr.Öğr.Üye. Şifa ELCİL				
<b>Dersi Verenler</b>	Dr.Öğr.Üye. Fatma Betül ORTAKÖY				
<b>Dersin Yardımcıları</b>					
<b>Dersin Amacı</b>	Müşteri ilişkileri faaliyetlerin geliştirmek ve müşteri ilişkileri yönetiminin boyutlarını değerlendirmektir.				
<b>Dersin İçeriği</b>	Bu ders; Tanışma, derse genel giriş ve ders izlencesinin paylaşımı „Müşteri, tüketici kimdir, çeşitleri. „Müşteri İlişkileri Yönetimi nasıl ortaya çıktı? Tanım, kapsam,Reklam ajansları ve Müşteri İlişkileri Yönetimi/Ajans yapısı, görev ve sorumluluklar,Müşteri briefi, nasıl brief alınır, stratejik planlama, yaratıcı brief,İş akış Süreçleri ve Müşteri temsilcisinin rolü,İyi bir müşteri temsilcisinin özellikleri,„Ara sınav,Sunum Teknikleri,„CRM’de Müşteri tatmini ve sadakat,„Müşteriler ile iletişim geliştirme,„Müşteriyi kazanma ve tutma,„Müşteri ilişkilerinin ölçülmesi,„Müşteri ilişkileri Proje-Öğrenci sunumu.; konularını içermektedir.				
<b>Dersin Öğrenme Çıktıları</b>			<b>Öğretim Yöntemleri</b>	<b>Ölçme Yöntemleri</b>	
Bu dersin sonunda öğrenci;			1, 2	A, C	
1. Müşteri ilişkileri faaliyetlerini geliştirme yöntemlerini gerçekleştirebilecektir.			1, 12, 2	A, C	
1.1. Müşteri ilişkileri kavram ve özelliklerini açıklar.			1, 12, 2	A, C	
1.2. Müşteri sadakati yaratma faaliyetlerini uygular.			1, 12, 2	A, C	
1.3. Müşteri tatmini oluşturma yöntemlerini örnekler.			1, 12, 2	A, C	
2. Müşteri kazanma ve tutma faaliyetlerini değerlendirebilecektir.			1, 12, 2	A, C	
2.1. Müşteri tutma modelini tanımlar.			1, 12, 2	A, C	
2.2. Müşteri tutma programını geliştirir.			1, 12, 2	A, C	
2.3. Müşteri şikayetlerini örnekler			1, 12, 15, 2	A, C	
<b>Öğretim Yöntemleri</b>	1: Anlatım, 12: Örnek Olay, 15: Problem Çözme, 2: Soru - Cevap				
<b>Ölçme Yöntemleri</b>	A: Yazılı sınav, C: Ödev				
<b>Ders Akışı</b>					
<b>Sıra</b>	<b>Konular</b>	<b>Ön Hazırlık</b>			
1	Tanışma, derse genel giriş ve ders izlencesinin paylaşımı .				
2	Müşteri, tüketici kimdir, çeşitleri.				
3	Müşteri İlişkileri Yönetimi nasıl ortaya çıktı? Tanım, kapsam				
4	Reklam ajansları ve Müşteri İlişkileri Yönetimi/Ajans yapısı, görev ve sorumluluklar.				
5	Müşteri briefi, nasıl brief alınır, stratejik planlama, yaratıcı brief.				
6	İş akış Süreçleri ve Müşteri temsilcisinin rolü.				
7	İyi bir müşteri temsilcisinin özellikleri.				
8	Ara sınav				
9	Sunum Teknikleri.				
10	CRM’de Müşteri tatmini ve sadakat.				
11	Müşteriler ile iletişim geliştirme.				
12	Müşteriyi kazanma ve tutma.				
13	Müşteri ilişkilerinin ölçülmesi.				
14	Müşteri ilişkileri Proje-Öğrenci sunumu.				
<b>Kaynaklar</b>					
Öğretim üyesine ait ders notlarıDon Peppers, Martha Rogers, Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM), Optimist Yayınları, İstanbul, 2013 Odabaşı Y. Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2010.					