

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Customer Relations Management / Customer Relations Management	
Ders Kodu / Course Code	EBUS334	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Bachelor / Bachelor	
Ders Akts Kredi / ECTS	6.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	3	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language	English / English	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Bu ders için önceden temel işletmecilik ve temel pazarlama derslerinden en az birinin alınması önerilir.	It is recommended to have previously taken at least one introductory business management or basic marketing course before enrolling in this course.
Amacı / Purpose	Bu ders, öğrencilerin pazarlama prensiplerini ve pazarlamanın evrimini anlamalarına yardımcı olmayı hedeflerken tüketici odaklı yaklaşımları vurgular. Öğrenciler, Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) temel bileşenlerini öğrenirken müşteri ilişkilerini kurma ve sürdürme stratejilerindeki stratejik önemlerini anlarlar. Ayrıca, ders, öğrencilerin stratejik pazarlama dönüşümlerini uygulama yeteneklerini geliştirmeyi ve farklı iş bağlamlarında CRM uygulamaları için teknolojiyi etkili bir şekilde kullanmalarını amaçlar. Vaka çalışmaları ve pratik uygulamalar aracılığıyla, öğrenciler gerçek dünya senaryolarında CRM stratejilerini önerme ve değerlendirme becerilerini geliştirirler.	This course aims to help students understand marketing principles and the evolution of marketing while emphasizing consumer-centric approaches. Students will learn the fundamental components of Customer Relationship Management (CRM) and understand their strategic importance in building and sustaining customer relationships. Additionally, the course aims to develop students' ability to apply strategic marketing transformations and use technology effectively for CRM applications in different business contexts. Through case studies and practical exercises, students will enhance their skills in proposing and evaluating CRM strategies in real-world scenarios.
İçeriği / Content	Ders içeriği, yönlendirme ve müfredat genel bakışı ile başlayan bir tanıtım ve tartışma bölümünü içerir. Bu bölümü, işletmelerde pazarlamanın rolünü vurgulayarak ve tüketici odaklı pazarlama yaklaşımlarını ele alarak, pazarlama ve CRM kavramlarına yönelik bir giriş izler. Temel pazarlama sürecinin yanı sıra, Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi'ne dayalı olarak tüketici ihtiyaçlarını anlama ve pazarlamayı 4C çerçevesine dönüştürme konularına odaklanır; burada müşteri değeri, maliyet, kolaylık ve iletişim ön plandadır. CRM'in temel bileşenleri ve bağlamı yanı sıra demografik, psikografik ve davranışsal segmentasyonları kullanarak müşteri segmentasyonu ve hedefleme de ele alınır. Ders ayrıca, kolaylık ürünleri, alışveriş ürünleri ve özel ürünler için CRM stratejilerini içeren ürün türleri ile ürün yaşam döngüsü ve müşteri ömür boyu değeri stratejilerini de kapsar. Ayrıca, CRM uygulamaları, araçları ve teknolojinin müşteri ilişkileri yönetimindeki rolü de incelenir.	The course content includes an introduction and discussion covering the orientation and syllabus overview, followed by an exploration of marketing and CRM concepts, emphasizing the role of marketing in businesses and consumer-centric marketing approaches. It delves into the basics of the marketing process, understanding consumer needs based on Maslow's Hierarchy of Needs, and the transformation of marketing to the 4C framework focusing on customer value, cost, convenience, and communication. The key components and context of CRM are discussed, along with customer segmentation and targeting using demographic, psychographic, and behavioral segmentation. The course also covers product types and CRM strategies for convenience goods, shopping products, and specialty products, as well as the product life cycle and customer lifetime value strategies. Additionally, it examines CRM applications, tools, and the role of technology in customer relationship management.

Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Bu ders için önceden temel işletmecilik ve temel pazarlama derslerinden en az birinin alınması önerilir	It is recommended to have previously taken at least one introductory business management or basic marketing course before enrolling in this course.
Staj Durumu / Internship Status	Yoktur	None
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Öğretim Üyesi Karma PDF Ders Notları Managing Customer Experience and relationship, Daon Peppers and Martha Rogers, Ph.D, John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.,2017 Buttle, Francis. (2009). Customer Relationship Management, Elsevier Publishing * Odabaşı, Y. (2015). Müşteri İlişkileri Yönetimi-CRM, Aura, İş Dünyası Dizisi Kotler, P. and K. L. Keller (2006). Marketing Management 12e, Pearson. Prentice Hall. Marketing Magazines - (MediaCat, Digital Age, Advertising Age, Harvard Business Review)	Lecturer PDF Notes Managing Customer Experience and relationship, Daon Peppers and Martha Rogers, Ph.D, John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.,2017 Buttle, Francis. (2009). Customer Relationship Management, Elsevier Publishing * Odabaşı, Y. (2015). Müşteri İlişkileri Yönetimi-CRM, Aura, İş Dünyası Dizisi Kotler, P. and K. L. Keller (2006). Marketing Management 12e, Pearson. Prentice Hall. Marketing Magazines - (MediaCat, Digital Age, Advertising Age, Harvard Business Review)
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr. Öğr. Üyesi Begüm Maral	Dr. Öğr. Üyesi Begüm Maral

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Öğrencilerin, pazarlama prensiplerini anlamaları ve tüketici merkezli yaklaşımları vurgulamaları hedeflenmektedir.	The course aims for students to understand marketing principles and emphasize consumer-centric approaches.
2	Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) temel bileşenlerini öğrenip, müşteri ilişkilerini stratejik olarak inşa etme ve sürdürme becerileri kazanmaları hedeflenmektedir.	It aims for students to learn the fundamental components of Customer Relationship Management (CRM) and gain skills in strategically building and sustaining customer relationships.
3	Stratejik pazarlama dönüşümlerini uygulama ve CRM uygulamalarında teknolojiyi etkili bir şekilde kullanma yeteneklerini geliştirmeleri hedeflenmektedir.	It aims for students to develop the ability to apply strategic marketing transformations and use technology effectively for CRM applications.
4	Gerçek dünya senaryolarında CRM stratejilerini önerme ve değerlendirme becerilerini geliştirmeleri hedeflenmektedir.	It aims for students to enhance their skills in proposing and evaluating CRM strategies in real-world scenarios.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Derse Giriş ve Müşteri İlişkilerini anlama,Oryantasyon Ve Ders Tanım Formu inceleme			PDF-Ders anlatım	Crm Temelleri
	Introduction and Discussion about Customer Relationship,Orientation and Syllabus Overview			PDF-LECTURE	Basics of CRM
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Introduction to Marketing and CRM Concept			PDF-Ders anlatım	İlgili Konu ile ilgili yüklenen PDF notu veya İlgili Konunun Kitap Bölümü
	Pazarlama ve CRM Kavramına Giriş			PDF-LECTURE	Uploaded PDF notes related to the relevant topic or the relevant chapter of the book
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama: Pazarlama ve Pazarlama Sürecinin Tanımlanması			PDF-Ders anlatım	İlgili Konu ile ilgili yüklenen PDF notu veya İlgili Konunun Kitap Bölümü
	Marketing: Defining Marketing and the Marketing Process			PDF-LECTURE	Uploaded PDF notes related to the relevant topic or the relevant chapter of the book
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Müşteri için Değer Yaratma,CRM'nin Ana Bileşenleri ve Bağlamı			PDF-Ders anlatım	İlgili Konu ile ilgili yüklenen PDF notu veya İlgili Konunun Kitap Bölümü
	Creating Value for Customers,Key Components and Context of CRM			PDF-LECTURE	Uploaded PDF notes related to the relevant topic or the relevant chapter of the book
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Müşteri Elde Etme ve Yönetimi, Müşteri Yaşam Boyu Değeri anlayışı			PDF-Ders anlatım	İlgili Konu ile ilgili yüklenen PDF notu veya İlgili Konunun Kitap Bölümü
	Customer Acquisition and Management, Customer Long-Life Value Concept			PDF-LECTURE	Uploaded PDF notes related to the relevant topic or the relevant chapter of the book

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlamanın 4C'ye Dönüşümü, Müşteri Odaklılık			PDF- Ders Anlatım	İlgili Konu ile ilgili yüklenen PDF notu veya İlgili Konunun Kitap Bölümü
	Marketing Transformation to 4C, Consumer-Oriented Marketing			PDF-LECTURE	Uploaded PDF notes related to the relevant topic or the relevant chapter of the book
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	4C (Müşteri Değerinin Dönüşümü), Müşteri Deneyimi			PDF-Ders anlatım	İlgili Konu ile ilgili yüklenen PDF notu veya İlgili Konunun Kitap Bölümü
	4C (Transformation of Customer Value),Customer Experience			PDF-LECTURE	Uploaded PDF notes related to the relevant topic or the relevant chapter of the book
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	VİZE SINAVI				
	MIDTERM EXAM				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Müşteri Segmentasyonu ve Hedefleme- CRM ile ilgili Örnek Vakalar			PDF-Ders anlatım	İlgili Konu ile ilgili yüklenen PDF notu veya İlgili Konunun Kitap Bölümü
	Customer Segmentation and Targeting- Cases related with CRM			PDF-LECTURE	Uploaded PDF notes related to the relevant topic or the relevant chapter of the book
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Müşteri Deneyimleri ve Hizmet Geliştirme			PDF- Ders Anlatım	İlgili Konu ile ilgili yüklenen PDF notu veya İlgili Konunun Kitap Bölümü
	Customer Experiences and Designing Services			PDF-LECTURE	Uploaded PDF notes related to the relevant topic or the relevant chapter of the book
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ürün Yaşam Döngüsü ve Müşteri Ömür Boyu Değeri (CLV), Organizasyonel Sorunlar ve Müşteri İlişkileri Yönetimi			PDF-Ders anlatım	İlgili Konu ile ilgili yüklenen PDF notu veya İlgili Konunun Kitap Bölümü
	Product Life Cycle and Customer Lifetime Value (CLV),Organizational Issues and CRM,			PDF-LECTURE	Uploaded PDF notes related to the relevant topic or the relevant chapter of the book

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	CRM VE Teknoloji,CRM Uygulamaları, Araçları ve Teknolojinin Rolü			PDF- Ders Anlatım	İlgili Konu ile ilgili yüklenen PDF notu veya İlgili Konunun Kitap Bölümü
	CRM ve Teknoloji,CRM Applications, Tools, and Role of Technology			PDF-LECTURE	Uploaded PDF notes related to the relevant topic or the relevant chapter of the book
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	CRM MODELLERİ			PDF-Ders anlatım	İlgili Konu ile ilgili yüklenen PDF notu veya İlgili Konunun Kitap Bölümü
	CRM MODELS			PDF-LECTURE	Uploaded PDF notes related to the relevant topic or the relevant chapter of the book
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Final sınavı				
	Final exam				

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	50.00	50.00
Final Sınavı / Final Examination	1	100.00	100.00
Toplam / Total:	2	150.00	150.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 150.00/25.00 = 6.00 ~ 6.00 / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 150.00 / 25.00 = 6.00 ~ 6.00			

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes														
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10	1.1.11	1.1.12	1.1.13	1.1.14	1.1.15
1.Öğrencilerin, pazarlama prensiplerini anlamaları ve tüketici merkezli yaklaşımları vurgulamaları hedeflenmektedir. / The course aims for students to understand marketing principles and emphasize consumer-centric approaches.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2.Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) temel bileşenlerini öğrenip, müşteri ilişkilerini stratejik olarak inşa etme ve sürdürme becerileri kazanmaları hedeflenmektedir. / It aims for students to learn the fundamental components of Customer Relationship Management (CRM) and gain skills in strategically building and sustaining customer relationships.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3.Stratejik pazarlama dönüşümlerini uygulama ve CRM uygulamalarında teknolojiyi etkili bir şekilde kullanma yeteneklerini geliştirmeleri hedeflenmektedir. / It aims for students to develop the ability to apply strategic marketing transformations and use technology effectively for CRM applications.	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4.Gerçek dünya senaryolarında CRM stratejilerini önerme ve değerlendirme becerilerini geliştirmeleri hedeflenmektedir. / It aims for students to enhance their skills in proposing and evaluating CRM strategies in real-world scenarios.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

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