

İndirilme Tarihi

09.02.2026 10:43:46

BF322 - CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT - İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi - Finans ve Bankacılık Bölümü

General Info

Objectives of the Course

The aim of this course is to provide students with knowledge and skills regarding the customer journey, touchpoints, experience design, and measurement methods by addressing the concept of customer experience from a strategic perspective.

Course Contents

This course covers how customer experience is managed in businesses, how the experience is shaped at different touchpoints, and how customer feedback is integrated into decision-making processes. The course focuses on examining the practical aspects of customer experience management through current examples and applications.

Recommended or Required Reading

Erdem, C., & Tavşan, N. (2019). Müşteri deneyimi yönetimi: Tasarım, ölçüm, uygulama (1. bs.). Beta Basım Yayın.

Planned Learning Activities and Teaching Methods

Lecture, case study, discussion, question and answer.

Recommended Optional Programme Components

Basic marketing knowledge is recommended.

Instructor's Assistants

There is no instructor's assistant for the course.

Presentation Of Course

In this course, the instructor gives presentations on the subject matter, and case studies and current practices related to customer experience management are discussed in the classroom. Active student participation is ensured through a question-and-answer method, and an interactive learning environment is created through analysis and evaluation of examples.

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Assoc. Prof. Dr. Ceylan Bozpolat

Program Outcomes

1. It defines the concept of customer experience, the stages of interaction, and the subjective nature of experiences.
2. It analyzes the impact of customer experience on loyalty, growth, and profitability.
3. It separates and explains different aspects of customer experience, such as brand, product, shopping, usage, and consumption.
4. It applies experiential research methods and the customer experience journey mapping process.
5. It evaluates experiential segmentation, positioning, design, and measurement approaches and develops recommendations.

Weekly Contents

Order	PreparationInfo	Laboratory TeachingMethods	Theoretical	Practise
1	Please review the ECTS information package before attending the class.	Lecture, case study, discussion, question and answer.	The History of the Customer Experience Concept: Eras of Customer Interaction	
2	Please review the lecture notes titled "Week 2" included in the presentations shared with you.	Lecture, case study, discussion, question and answer.	What is customer experience: Hierarchy of Suggestions How do customers engage in experiences? Customer experience for loyalty, growth, and profitability	
3	Please review the lecture notes titled "3 Weeks".	Lecture, case study, discussion, question and answer.	Snapshots of Customer Experience: Brand Experience Product Experience Shopping Experience User Experience	
4	Please review the lecture notes titled "Week 3".	Lecture, case study, discussion, question and answer.	Snapshots of Customer Experience: Price Experience Distribution Experience Consumption Experience Disposal Experience	
5	Please review the lecture notes titled "Week 4".	Lecture, case study, discussion, question and answer.	Customer Experience Management Model and Stages	

Order	PreparationInfo	Laboratory	TeachingMethods	Theoretical	Practise
6	Please review the lecture notes titled "Week 5".		Lecture, case study, discussion, question and answer.	Experiential Research: Digital footprints Customer expressions Mystery shopper Relationship maps Big data integration	Observation and breakthroughs Discussion of the exam content, and examination of key topics with case studies.
7	Read the lecture notes titled "Weeks 1-2-3-4-5" and note down any parts that are not understood.		Anlatım, örnek olay, tartışma, soru-cevap.		General review before the midterm exam. Discussion of the exam content, and examination of key topics with case studies.
8	The course notes included in the midterm exam should be reviewed.		Exam		There is no course content available as it is exam week.
9	Please review the lecture notes titled "Week 6".		Lecture, case study, discussion, question and answer.	Customer Experience Journey Map: Stages of the consumption process Customer touchpoints Persona	
10	Please review the lecture notes titled "Week 7".		Lecture, case study, discussion, question and answer.	Experiential Segmentation and Experiential Targeting: Multidimensional Experiential Segmentation Potential Value and Accessibility of Segments Four Foundations of Experiential Segmentation	
11	Please review the lecture notes titled "Week 8".		Lecture, case study, discussion, question and answer.	Experiential Positioning Relational Experiential Positioning Statement	Quantitative Measurement
12	Please review the lecture notes titled "Week 9".		Lecture, case study, discussion, question and answer.	Designing Experiences Experiential Value Curve Random, Chance, and Designed Customer Experiences Designing an Experience Value Proposition Experiential Design Table	
13	Please review the lecture notes titled "Week 10".		Lecture, case study, discussion, question and answer.	Which Experience Sources Can Be Relied Upon? Two Camps of Customer Experience Means-Consequences Chain Model Step-by-Step Technique Best Experiences Theory Elaboration Likelihood Model (ELM) Motivational Conflict Theory Equity Theory Haider Equilibrium Theory Expectancy Theory Expectancy Theory Experience Life Curve Value Life Curve Family Life Curve	
14	Please review the lecture notes titled "Week 11".		Lecture, case study, discussion, question and answer.	Experiential Marketing Communication: A Comparison of Three Contemporary Marketing Eras Customer Decision Prism	
15	Please review the lecture notes titled "Week 8".		Lecture, case study, discussion, question and answer	Measuring Customer Experience: Customer Loyalty Matrix How to Prepare a Custom Customer Experience Scale for an Organization? Generic Scales Customer Satisfaction Score (CSAT) Net Promoter Score (NPS) Employee Net Promoter Score (eNPS) Net Retention Score (NRS) Continuous Experience Score (SES) Customer Effort Score (CES) Contact Resolution Score (CRS) End-to-End Experience Score (EEC)	
16	You should study the course notes included in the final exam.		Exam		There is no course content available as it is final exam week.

Workload

Activities	Number	PLEASE SELECT TWO DISTINCT LANGUAGES
Derse Katılım	14	3,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	14	1,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	14	1,00
Ara Sınav Hazırlık	3	3,00
Final Sınavı Hazırlık	3	3,00
Vize	1	1,00
Final	1	1,00
Ev Ödevi	14	2,00

Activities	Weight (%)
Ara Sınav	40,00
Final	60,00

Finans ve Bankacılık Bölümü / BANKACILIK VE FİNANS X Learning Outcome Relation

	P.O. 1	P.O. 2	P.O. 3	P.O. 4	P.O. 5	P.O. 6	P.O. 7	P.O. 8	P.O. 9	P.O. 10	P.O. 11	P.O. 12	P.O. 13	P.O. 14	P.O. 15	P.O. 16	P.O. 17	P.O. 18	P.O. 19	P.O. 20	P.O. 21	P.O. 22	P.O. 23	P.O. 24	P.O. 25
L.O. 1					4						2														
L.O. 2					4						3														
L.O. 3					4						3														
L.O. 4					4						3														
L.O. 5					5						3														

Table :

- P.O. 1 :** İşletme finansmanı konusunda temel bilgileri kavrama, kullanabilme, değerlendirme ve yorum yapabilme, ekonomik-sosyal ve mali gelişmeleri analiz edebilme, finansal sistemleri anlama, finansal planlama ve işletmelere ait mali tabloları yorumlama konularında bilgi sahibi olur.
- P.O. 2 :** Finansın çeşitli alanlarındaki (bankacılık, dış ticaret, factoring, leasing işlemleri, finansal piyasa ve borsa işlemleri, risk yönetimi, kredi yönetimi, işletme finansmanı vb.) temel kavramlarını anlar ve anlatabilir.
- P.O. 3 :** İşletmelerde finansal yönetim işlevini (analiz, planlama/bütçeleme, yatırım, finansman ve denetim) yerine getirme, yatırım projeleri hazırlama, değerlendirme, yönetme ve yatırım stratejileri geliştirme konularında yeterli bilgiye sahip olur.
- P.O. 4 :** Finansal piyasa (para ve sermaye piyasaları) araçlarını tanıyarak, belirli risk düzeyinde en yüksek getiriyi sağlayacak portföyler oluşturabilir ve bu portföyleri yönetebilir.
- P.O. 5 :** Ulusal / uluslararası finansal piyasa ve kurumları hakkında yeterli düzeyde bilgiye sahip olur ve bu alanlardaki değişim ve yenilikleri takip edebilir.
- P.O. 6 :** Finansal / bankacılık ürün ve hizmetler ile bu ürün ve hizmetlerin pazarlaması hakkında gerekli bilgiye sahip olur.
- P.O. 7 :** Muhasebenin işletmeler açısından önemi ve kapsamı, temel muhasebe kavramları, işletmelerin finansal rasyo ve tabloları hakkında teorik bilgilere sahip olur ve bu bilgileri kullanabilir.
- P.O. 8 :** Bu bölümü başarı ile bitiren öğrenciler: (1) İşletmeciliğin temel kavramları, işletmenin temel fonksiyonları, işletme biliminin tarihsel gelişimi, diğer bilim dallarıyla olan ilişkileri, işletmeler ve çevreleri, işletmenin amaçları, fizibilite etütleri, işletme işlevleri, firmalar arası işbirlikleri ve girişimcilik konularında ileri düzeyde bilgiye sahiptir ve bu konularda yönetsel kararları alır ve uygular.
- P.O. 9 :** Modern yönetim perspektifi ile örgütsel düzeyde analiz yapma ve tasarlama, işletme yönetiminin; planlama, örgütlenme, yürütme, koordinasyon ve denetim işlevlerini kavrama, anlatma ve uygulama konusunda bilgi sahibi olur.
- P.O. 10 :** İşletme yönetimi, stratejik yönetim, insan kaynakları yönetimi, örgütsel davranış, girişimcilik ve etik konusundaki süreçler, teoriler ve kavramları açıklayabilme ve analiz edebilme becerisine sahip olur.
- P.O. 11 :** Organizasyonlardaki insan ve insan davranışı ile algı, tutum ve kişilik gibi konuların yanı sıra son yıllarda örgütsel davranış alanında ortaya çıkan yeni kavram teknik ve uygulamalara ilişkin ileri düzeyde akademik bilgi ve birikime sahip olur.
- P.O. 12 :** Küreselleşme sürecinde işletmelerin sürekliliklerini sağlama noktalarında, pazar araştırması, bilgi sistemleri, tüketici davranışları, stratejik pazarlama, küresel pazarlar, ürün ve hizmet stratejileri, ürün hayat eğrisi, fiyatlama, tedarik zinciri konularını anlar ve kavrar.
- P.O. 13 :** Matematik, istatistik ve ekonometri alanlarında beceri kazanma, sayısal verilerden faydalanarak geliştirilecek olan istatistiksel ve ekonometrik çözümlerle ilgili daha etkin kararlar alabilme, alınacak kararların sonuçlarını öngörebilme ve doğru tahminlerde bulunabilme ve sebep-sonuç ilişkilerini yorumlama becerisi kazanır.
- P.O. 14 :** Para, banka ve finansal sistemin temel öğeleri ve bu öğelerin işleyişlerini yorumlama becerisine sahip olur.
- P.O. 15 :** İktisadi konularda temel kavramlar ve ekonomik göstergeler hakkında bilgilere sahip olur.

- P.O. 16 :** Bir ekonomideki karar birimlerinin, tüketicilerin ve firmaların, nasıl karar aldıkları ve piyasada birbirlerini nasıl etkilediklerini analiz edebilmek için gerekli bilgilere kuramsal ve uygulama düzeyinde sahip olur.
- P.O. 17 :** Bireyler, piyasalar ve ülkeler arasındaki ekonomik ilişkilerin işleyiş kurallarına dair temel bilgilere sahip olur.
- P.O. 18 :** Temel hukuk bilgisinin yanı sıra, asgari düzeyde borçlar hukuku, ticaret hukuku, bankacılık hukuku, sermaye piyasası hukuku ve kıymetli evrak hukuku bilgisine sahip olur.
- P.O. 19 :** Bilişim teknolojileri başta olmak üzere analitik düşünme gibi işletmeciliğin çağdaş yöntem ve teknolojilerini kullanır.
- P.O. 20 :** Yaşam boyu öğrenme davranışına sahip, iletişim becerisi yüksek, takım çalışmasına yatkın, inisiyatif sahibi, analitik ve eleştirel düşünme ve problem çözme yeteneklerine sahip, kendini ifade etmede ve kurumunu temsil etmede Türkçeyi ve mesleki yabancı dil bilgisini yazılı ve sözlü iletişimde kullanabilme becerilerine sahip olur.
- P.O. 21 :** Bilimsel araştırma yapmak için araştırma yöntem ve tekniklerini kullanır.
- P.O. 22 :** Atatürk ilke ve inkılapları ile Türk dilinin temel özellikleri hakkında bilgiye sahip olur.
- P.O. 23 :** Sanatsal ve sportif konulara ilişkin bireysel yeteneklerini geliştirir.
- P.O. 24 :** Dünya kültürlerine açık, farklı inanç, düşünce ve yaşam biçimlerine saygılı, bilimsel düşünce çerçevesinde bilgiyi sorgulama yetkinliğine sahip olur.
- P.O. 25 :** Sözlü ve yazılı etkin iletişim kurar; bir yabancı dili en az Avrupa Dil Portföyü B1 genel düzeyinde kullanır.
- L.O. 1 :** Müşteri deneyimi kavramını, etkileşim dönemlerini ve deneyimlerin öznel doğasını tanımlar.
- L.O. 2 :** Müşteri deneyiminin sadakat, büyüme ve kârlılık üzerindeki etkilerini analiz eder.
- L.O. 3 :** Müşteri deneyiminin marka, ürün, alışveriş, kullanım ve tüketim gibi farklı kesitlerini ayırır ve açıklar.
- L.O. 4 :** Deneyimsel araştırma yöntemlerini ve müşteri deneyimi serüveni haritalama sürecini uygular.
- L.O. 5 :** Deneyimsel segmentasyon, konumlandırma, tasarım ve ölçüm yaklaşımlarını değerlendirir ve öneriler geliştirir