

BF322 - MÜŞTERİ DENEYİMİ YÖNETİMİ - İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi - Finans ve Bankacılık Bölümü

Genel Bilgiler

Dersin Amacı

Bu dersin amacı, müşteri deneyimi kavramını stratejik bir bakış açısıyla ele alarak, müşteri yolculuğu, temas noktaları, deneyim tasarımı ve ölçüm yöntemleri hakkında öğrencilere bilgi ve beceri kazandırmaktır.

Dersin İçeriği

Bu ders kapsamında müşteri deneyiminin işletmelerde nasıl yönetildiği, farklı temas noktalarında deneyimin nasıl şekillendiği ve müşteri geri bildirimlerinin karar alma süreçlerine nasıl entegre edildiği ele alınmaktadır. Ders, güncel örnekler ve uygulamalarla müşteri deneyimi yönetiminin pratik boyutunu incelemeye odaklanır.

Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar

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

Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri

Anlatım, örnek olay, tartışma, soru-cevap.

Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar

Temel pazarlama bilgisinin olması önerilir.

Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları

Bu derste öğretim elemanı asistanı bulunmamaktadır.

Dersin Verilişi

Bu derste öğretim üyesi tarafından konu anlatımına yönelik sunumlar yapılmakta, müşteri deneyimi yönetimine ilişkin örnek olaylar ve güncel uygulamalar sınıf ortamında tartışılmaktadır. Ders sürecinde soru-cevap yöntemiyle öğrencilerin derse aktif katılımı sağlanmakta, örnekler üzerinden analiz ve değerlendirme yapılarak etkileşimli bir öğrenme ortamı oluşturulmaktadır.

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Doç. Dr. Ceylan Bozpolat

Program Çıktısı

- Müşteri deneyimi kavramını, etkileşim dönemlerini ve deneyimlerin öznel doğasını tanımlar.
- Müşteri deneyiminin sadakat, büyüme ve kârlılık üzerindeki etkilerini analiz eder.
- Müşteri deneyiminin marka, ürün, alışveriş, kullanım ve tüketim gibi farklı kesitlerini ayırır ve açıklar.
- Deneyimsel araştırma yöntemlerini ve müşteri deneyimi serüveni haritalama sürecini uygular.
- Deneyimsel segmentasyon, konumlandırma, tasarım ve ölçüm yaklaşımlarını değerlendirir ve öneriler geliştirir

Haftalık İçerikler

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim		Uygulama
			Metodları	Teorik	
1	Derse gelmeden önce AKTS bilgi paketini inceleyiniz.		Anlatım, örnek olay, tartışma, soru-cevap.	Müşteri Deneyimi Kavramının Geçmişi: Müşteri Etkileşim Dönemleri	
2	İlk hafta sizlerle paylaşılan sunumlardan 2. hafta başlıklı ders notunu inceleyiniz.		Anlatım, örnek olay, tartışma, soru-cevap.	Nedir bu müşteri deneyimi: Öneriler Hiyerarşisi Müşteriler deneyimlere nasıl katılırlar? Sadakat, büyüme, ve karlılık için müşteri deneyimi	
3	Lütfen 3 hafta başlıklı ders notunu inceleyin.		Anlatım, örnek olay, tartışma, soru-cevap.	Müşteri Deneyiminin Kesitleri: Marka Deneyimi Ürün Deneyimi Alışveriş Deneyimi Kullanıcı Deneyimi	

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Öğretim		Uygulama
		Laboratuvar	Metodları Teorik	
4	Lütfen 3. hafta başlıklı ders notunu inceleyin.		Anlatım, örnek olay, tartışma, soru-cevap.	Müşteri Deneyiminin Kesitleri: Fiyat Deneyimi Dağıtım Deneyimi Tüketim Deneyimi Elden Çıkarma Deneyimi
5	Lütfen 4. hafta başlıklı ders notunu inceleyin.		Anlatım, örnek olay, tartışma, soru-cevap.	Müşteri Deneyimi Yönetim Modeli ve Aşamaları
6	Lütfen 5. hafta başlıklı ders notunu inceleyin.		Anlatım, örnek olay, tartışma, soru-cevap.	Deneyimsel Araştırma: Dijital ayak izleri Gözlem ve sınır açıcılar Müşteri dışavurumları Gizli müşteri ilişkisi haritaları Büyük veri entegrasyonu
7	1-2-3-4-5. hafta başlıklı ders notlarını okuyup anlaşılmayan yerlerin not edilmesi.		Anlatım, örnek olay, tartışma, soru-cevap.	Ara sınav öncesi genel tekrar. Sınav içeriğinin tartışılması ve vaka çalışmalarıyla birlikte temel konuların incelenmesi.
8	Vizeye dahil olan ders notlarına çalışılmalıdır.		Sınav	Vize haftası olduğundan ders içeriği bulunmamaktadır.
9	Lütfen 6. hafta başlıklı ders notunu inceleyin.		Anlatım, örnek olay, tartışma, soru-cevap.	Müşteri Deneyim Serüveni Haritası: Tüketim sürecinin aşamaları Müşteri temas noktaları Personalar
10	Lütfen 7. hafta başlıklı ders notunu inceleyin.		Anlatım, örnek olay, tartışma, soru-cevap.	Deneyimsel Segmentasyon ve Deneyimsel Hedefleme: Çok Boyutlu Deneyimsel Segmentasyon Segmentlerin Potansiyel Değeri ve Erisilebilirliği Deneyimsel Segmentasyonun Dört Temeli Deneyimsel Denetim
11	Lütfen 8. hafta başlıklı ders notlarını inceleyin.		Anlatım, örnek olay, tartışma, soru-cevap.	İşiksel Nicel Ölçüm Deneyimsel Konumlandırma İfadesi
12	Lütfen 9. hafta başlıklı ders notlarını inceleyin.		Anlatım, örnek olay, tartışma, soru-cevap.	Deneyim Tasarlamak Deneyimsel Değer Eğrisi Rastgele, Şansına ve Tasarlanmış Müşteri Deneyimleri Deneyim Değer Önerisi Tasarlamak Deneyimsel Tasarım Tablosu
13	Lütfen 10. hafta başlıklı ders notlarını inceleyin.		Anlatım, örnek olay, tartışma, soru-cevap.	Hangi Deneyim Kaynaklarına Güvenilir? Müşteri Deneyiminin İki Kampı Araç-Sonuç Zincir Modeli Basamak Tekniği En iyi Deneyimler Teorisi Detaylandırma Olasılığı Modeli (ELM) Motivasyonel Çatışma Teorisi Eşitlik Teorisi Haider Denge Teorisi Bekleyiş Teorisi Beklenti Teorisi Deneyim Yasam Eğrisi Değer Yasam Eğrisi Aile Yasam Eğrisi

Sıra	Hazırlık Bilgileri	Laboratuvar	Öğretim		Uygulama
			Metodları	Teorik	
14	Lütfen 11. hafta başlıklı ders notlarını inceleyin.		Anlatım, örnek olay, tartışma, soru–cevap.	Deneyimsel Pazarlama İletişimi: Üç Güncel Pazarlama Çağının Karşılaştırması Müşteri Karar Prizması	
15	Lütfen 12. hafta başlıklı ders notlarını inceleyin.		Anlatım, örnek olay, tartışma, soru–cevap.	Müşteri Deneyiminin Ölçülmesi: Müşteri Sadakat Matrisi Kuruma Özel MDY Ölçeği Nasıl Hazırlanır? Jenerik Ölçekler Müşteri Tatmin Skoru (CSAT) Net Tavsiye Skoru (NPS) Çalışan Net Tavsiye Skoru (eNPS) Net Elde Tutma Skoru(NRS) Kesintisiz Deneyim Skoru(SES) Müşteri Çaba Skoru (CES) Temas Çözüm Skoru (CRS) Uçtan Uca Deneyim Skoru (EEC)	
16	Final sınavına dahil olan ders notlarına çalışılmalıdır.		Sınav	Final haftası olduğundan ders içeriği bulunmamaktadır.	

İş Yükleri

Aktiviteler	Sayısı	Süresi (saat)
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

Değerlendirme

Aktiviteler	Ağırlığı (%)
Ara Sınav	40,00
Final	60,00

Finans ve Bankacılık Bölümü / BANKACILIK VE FİNANS X Öğrenme Çıktısı İlişkisi

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

Tablo :

- P.Ç. 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.Ç. 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.Ç. 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.Ç. 4 :** Finansal piyasa (para ve sermaye piyasaları) araçlarını tanıır, belirli risk düzeyinde en yüksek getiriyi sağlayacak portföyler oluşturabilir ve bu portföyleri yönetebilir.
- P.Ç. 5 :** Ulusal / uluslararası finansal piyasa ve kurumları hakkında yeterli düzeyde bilgiye sahip olur ve bu alanlardaki değişim ve yenilikleri takip edebilir.
- P.Ç. 6 :** Finansal / bankacılık ürün ve hizmetler ile bu ürün ve hizmetlerin pazarlaması hakkında gerekli bilgiye sahip olur.
- P.Ç. 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.Ç. 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.Ç. 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.Ç. 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.Ç. 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.Ç. 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.Ç. 13 :** Matematik, istatistik ve ekonometri alanlarında beceri kazanma, sayısal verilerden faydalanarak geliştirilecek olan istatistiksel ve ekonometrik çözümlemeler ile daha etkin kararlar alabilme, alınacak kararların sonuçlarını öngörebilme ve doğru tahminlerde bulunabilme ve sebep-sonuç ilişkilerini yorumlama becerisi kazanır.
- P.Ç. 14 :** Para, banka ve finansal sistemin temel öğeleri ve bu öğelerin işleyişlerini yorumlama becerisine sahip olur.
- P.Ç. 15 :** İktisadi konularda temel kavramlar ve ekonomik göstergeler hakkında bilgilere sahip olur.
- P.Ç. 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.Ç. 17 :** Bireyler, piyasalar ve ülkeler arasındaki ekonomik ilişkilerin işleyiş kurallarına dair temel bilgilere sahip olur.
- P.Ç. 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.Ç. 19 :** Bilişim teknolojileri başta olmak üzere analitik düşünme gibi işletmeciliğin çağdaş yöntem ve teknolojilerini kullanır.
- P.Ç. 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.Ç. 21 :** Bilimsel araştırma yapmak için araştırma yöntem ve tekniklerini kullanır.
- P.Ç. 22 :** Atatürk ilke ve inkılapları ile Türk dilinin temel özellikleri hakkında bilgiye sahip olur.
- P.Ç. 23 :** Sanatsal ve sportif konulara ilişkin bireysel yeteneklerini geliştirir.
- P.Ç. 24 :** Dünya kültürlerine açık, farklı inanç, düşünce ve yaşam biçimlerine saygılı, bilimsel düşünce çerçevesinde bilgiyi sorgulama yetkinliğine sahip olur.
- P.Ç. 25 :** Sözlü ve yazılı etkin iletişim kurar; bir yabancı dili en az Avrupa Dil Portföyü B1 genel düzeyinde kullanır.
- Ö.Ç. 1 :** Müşteri deneyimi kavramını, etkileşim dönemlerini ve deneyimlerin öznel doğasını tanımlar.
- Ö.Ç. 2 :** Müşteri deneyiminin sadakat, büyüme ve kârlılık üzerindeki etkilerini analiz eder.
- Ö.Ç. 3 :** Müşteri deneyiminin marka, ürün, alışveriş, kullanım ve tüketim gibi farklı kesitlerini ayırır ve açıklar.
- Ö.Ç. 4 :** Deneyimsel araştırma yöntemlerini ve müşteri deneyimi serüveni haritalama sürecini uygular.
- Ö.Ç. 5 :** Deneyimsel segmentasyon, konumlandırma, tasarım ve ölçüm yaklaşımlarını değerlendirir ve öneriler geliştirir

