

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Retail Experience Design / Retail Experience Design	
Ders Kodu / Course Code	PIO505	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Master without Thesis / Master without Thesis	
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	1	
Öğretim Sistemi / Teaching System		
Eğitim Dili / Education Language		
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None
Amacı / Purpose	"Perakende Deneyimi Tasarımı" dersinin amacı, etkileyici ve unutulmaz perakende deneyimlerinin oluşturulmasının prensip ve uygulamalarını keşfetmektir. Bu ders, öğrencilere mağaza düzeni, atmosfer, ürün sunumu ve müşteri hizmeti gibi çeşitli unsurların genel perakende deneyimini nasıl şekillendirdiğini anlama fırsatı sunmayı amaçlar. Vaka çalışmaları, tartışmalar ve uygulamalı projeler aracılığıyla öğrenciler, perakende ortamlarında müşteri memnuniyeti, sadakati ve etkileşimi artırmak için tasarım prensiplerini ve stratejilerini nasıl uygulayacaklarını öğrenirler.	The aim of the course "Retail Experience Design" is to explore the principles and practices of creating immersive and memorable retail experiences. This course aims to provide students with an understanding of how various elements such as store layout, atmosphere, merchandising, and customer service contribute to shaping the overall retail experience. Through case studies, discussions, and hands-on projects, students will learn how to apply design principles and strategies to enhance customer satisfaction, loyalty, and engagement in retail environments.
İçeriği / Content	"Perakende Deneyimi Tasarımı" dersinin amacı, etkileyici ve unutulmaz perakende deneyimlerinin oluşturulmasının prensip ve uygulamalarını keşfetmektir. Bu ders, öğrencilere mağaza düzeni, atmosfer, ürün sunumu ve müşteri hizmeti gibi çeşitli unsurların genel perakende deneyimini nasıl şekillendirdiğini anlama fırsatı sunmayı amaçlar. Vaka çalışmaları, tartışmalar ve uygulamalı projeler aracılığıyla öğrenciler, perakende ortamlarında müşteri memnuniyeti, sadakati ve etkileşimi artırmak için tasarım prensiplerini ve stratejilerini nasıl uygulayacaklarını öğrenirler.	The aim of the course "Retail Experience Design" is to explore the principles and practices of creating immersive and memorable retail experiences. This course aims to provide students with an understanding of how various elements such as store layout, atmosphere, merchandising, and customer service contribute to shaping the overall retail experience. Through case studies, discussions, and hands-on projects, students will learn how to apply design principles and strategies to enhance customer satisfaction, loyalty, and engagement in retail environments.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Yok	None

Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)		
--	--	--

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Öğrenciler, perakende deneyiminin temel bileşenlerini anlayacak ve analiz edebileceklerdir.	Students will understand and analyze the fundamental components of retail experience.
2	Öğrenciler, mağaza düzeni, atmosfer, ve ürün sunumu gibi unsurları kullanarak etkileyici perakende deneyimleri tasarlayabileceklerdir.	Students will be able to design immersive retail experiences using elements such as store layout, atmosphere, and product presentation.
3	Dersi tamamlayan öğrenciler, müşteri ihtiyaçlarını ve davranışlarını göz önünde bulundurarak perakende deneyimlerini iyileştirecek stratejiler geliştirebileceklerdir.	Students completing the course will be able to develop strategies to enhance retail experiences by considering customer needs and behaviors.
4	Öğrenciler, perakende deneyimini ölçme ve değerlendirme tekniklerini uygulayarak tasarım süreçlerini optimize edebileceklerdir.	Students will be able to optimize design processes by applying measurement and evaluation techniques to retail experiences.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Perakende Deneyimi ve Kavramları				
	Retail Experience and Concepts				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Mağaza Düzeni ve Planlaması				
	Store Layout and Planning				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Mağaza Atmosferi ve Tasarımı				
	Store Atmosphere and Design				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ürün Sunumu ve Görsel Düzenleme				
	Product Presentation and Visual Merchandising				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Müşteri İlişkileri ve Hizmet				
	Customer Relationships and Service				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Duygusal Deneyimlerin Tasarımı				
	Designing Emotional Experiences				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Marka Deneyimi ve Entegrasyonu				
	Brand Experience and Integration				
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
	Dijital Perakende Deneyimi				
	Digital Retail Experience				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Mağaza Deneyimi ve Satış Stratejileri				
	Store Experience and Sales Strategies				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Müşteri Sadakati ve Bağlılık				
	Customer Loyalty and Retention				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Perakende Deneyiminin Ölçümü ve Değerlendirilmesi				
	Measurement and Evaluation of Retail Experience				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yaratıcı Mağaza Tasarımı				
	Creative Store Design				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sosyal Medya ve Perakende Deneyimi				
	Social Media and Retail Experience				

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	72.00	72.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	1.00	1.00
Final Sınavı / Final Examination	1	76.00	76.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	1.00	1.00
Toplam / Total:	4	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.Öğrenciler, perakende deneyiminin temel bileşenlerini anlayacak ve analiz edebileceklerdir. / Students will understand and analyze the fundamental components of retail experience.	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5
2.Öğrenciler, mağaza düzeni, atmosfer, ve ürün sunumu gibi unsurları kullanarak etkileyici perakende deneyimleri tasarlayabileceklerdir. / Students will be able to design immersive retail experiences using elements such as store layout, atmosphere, and product presentation.	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3.Dersi tamamlayan öğrenciler, müşteri ihtiyaçlarını ve davranışlarını göz önünde bulundurarak perakende deneyimlerini iyileştirecek stratejiler geliştirebileceklerdir. / Students completing the course will be able to develop strategies to enhance retail experiences by considering customer needs and behaviors.	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4
4.Öğrenciler, perakende deneyimini ölçme ve değerlendirme tekniklerini uygulayarak tasarım süreçlerini optimize edebileceklerdir. / Students will be able to optimize design processes by applying measurement and evaluation techniques to retail experiences.	5	4	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