

Üniversitesi : **İstanbul Kültür Üniversitesi**
Enstitüsü : **Lisansüstü Eğitim Enstitüsü**
Dalı : **İletişim Sanatları**
Programı : **İletişim Sanatları**
Tez Danışmanı : **Doç. Dr. Öykü Ezgi YILDIZ**
Tez Türü ve Tarihi : **Yüksek Lisans / Mayıs 2019**

ÖZET

TÜRKİYE’DE DİJİTAL HALKLA İLİŞKİLERDE DEĞİŞEN MÜŞTERİ DENEYİMİ: CHATBOT UYGULAMALARI

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimi ile birlikte her alanda olduğu gibi, iletişim alanındaki kavramlar ve uygulamalarda çok hızlı bir şekilde değişmekte ve ilerlemektedir. Dijitalleşen dünyada yaşanan söz konusu kapsamlı ve hızlı dönüşüm yapay zeka, sanal gerçeklik, endüstri 4.0 ve toplum 5.0 gibi kavramların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Dijital dünyadaki bu dönüşüm halkla ilişkiler uygulamalarında da yeni iletişim ortamlarının doğmasına yol açmıştır. Bunlardan biri de yapay zekânın en önemli kullanım şekilleri arasında yer alan, insan ve teknolojinin birlikteliğinden doğan “chatbot”lardır.

Yapay zekânın gelişmesiyle birlikte ve kurumlar açısından bireyin öneminin artmasıyla, bu yeni çağa ayak uydurmak, onları anlamak gelecekte daha iyi deneyimler tasarlamak için önemli olacaktır. Dijitalleşme “müşteri deneyimi” kavramını öne çıkaran en önemli faktördür. Süreçleri dijitalleştirip, müşteriye farklı bir deneyim yaşatmak ve bunu sürdürmek bu küresel rekabet ortamında dikkatli bir şekilde yönetilmelidir.

Bu çalışmada, bugünün kavramı olan “Türkiye’de dijital halkla ilişkilerde değişen müşteri deneyimi: Chatbot Uygulamaları” üzerinden irdelenmiştir. Ayrıca yapılan literatür taramalarında bu alanla ilgili çalışmaların sınırlı olması ve görülen boşluk nedeniyle bu araştırma konusu seçilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Chatbot, Dijital Halkla İlişkiler, Dijitalleşme, Endüstri 4.0, Müşteri Deneyimi.

University : **Istanbul Kültür University**
Institute : **Graduate Education Institute**
Department : **Communication Arts**
Program : **Communication Arts**
Supervisor : **Assoc. Prof. Öykü Ezgi YILDIZ**
Degree Awarded and Date : **Master / May 2019**

ABSTRACT

CHANGING OF CONSUMER EXPERIENCE IN DIGITAL PUBLIC RELATIONS IN TURKEY: CHATBOT APPLICATIONS

With the development of information and communication technologies, concepts and applications in the field of communication are changing and progressing very rapidly as in every other field. This comprehensive and rapid transformation in the digitalized world has caused the emergence of concepts such as artificial intelligence, virtual reality, industry 4.0 and society 5.0. This transformation in the digital world has also led to the emergence of new communication environments in public relations practices. One of the most important ways of using of artificial intelligence is chatbot that is conjugation of human and technology.

With the development of artificial intelligence and the importance of the individual in point of institutions, it will be important to understand them in order to design better experiences in the future for keeping pace with this new age. Digitalization is the most important factor that is putting forward the concept of “Customer experience”. Giving the customer a different experience and maintaining of it while digitalizing the processes, should be carefully managed in this global competitive environment.

In this study was discussed the today’s concept of "Changing of consumer experience in digital public relations in Turkey: chatbot applications". In addition, this research topic has been selected due to the limited number of studies related to this field and the gap seen in the literature search.

Key Words: Chatbot, Digital Public Relations, Digitalization, Industry 4.0, Customer Experience.