



## Ders Bilgi Formu

Ders Adı	Kodu	Yerel Kredi	AKTS	Ders (saat/hafta)	Uygulama (saat/hafta)	Laboratuvar (saat/hafta)
Hizmet Pazarlaması	ISL4140	3	5	3	0	0

Önkoşullar	Yok
------------	-----

Yarıyıl	Güz
---------	-----

Dersin Dili	İngilizce, Türkçe
-------------	-------------------

Dersin Seviyesi	Lisans Seviyesi
-----------------	-----------------

Ders Kategorisi	Uzmanlık/Alan Dersleri
-----------------	------------------------

Dersin Veriliş Şekli	Yüz yüze
----------------------	----------

Dersi Sunan Akademik Birim	İşletme Bölümü
----------------------------	----------------

Dersin Koordinatörü	İbrahim Kırçova
---------------------	-----------------

Dersi Veren(ler)	İbrahim Kırçova, Kenan Aydın
------------------	------------------------------

Asistan(lar)ı	
---------------	--

Dersin Amacı	Hizmet sektörü ve hizmet pazarlamasındaki temel kavram ve konuları belirterek, hizmet pazarlamasının önemini ve gelişmeleri ortaya koymak.
--------------	--

Dersin İçeriği	“Hizmet”, “Hizmet Sektörü”, “Hizmet Pazarlaması” kavramları, hizmetlerin özellikleri, hizmet sektörünün günümüzdeki önemi ve büyüme nedenleri, hizmetlerin sınıflandırılması, hizmetlerin özellikleri, hizmet işletmelerinde pazarlamanın yeri ve önemi, hizmet işletmeleri için pazarlama stratejileri ve hizmet politikaları, hizmet işletmeleri için pazarlama karması, hizmet pazarlamasında yeni yaklaşımlar: hizmet kalitesi, ilişkisel pazarlama.
----------------	--

Opsiyonel Program Bileşenleri	Yok
-------------------------------	-----

### Ders Öğrenim Çıktıları

1	Hizmet sektörü ve hizmet pazarlaması kavramı kavranır.
2	Hizmet kalitesinde fiziksel göstergeler incelenir.
3	Hizmet kalitesi ölçümlemesi metodları edinilir.
4	Beklenen kalite ve algılanan kalite kavramları değerlendirilir.
5	Hizmet pazarlaması kalitesine ilişkin markaların vakaları analiz edilir.

### Haftalık Konular ve İlgili Ön Hazırlık Çalışmaları

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Hizmet, hizmet sektörü, hizmet pazarlaması kavramları, hizmetlerin özellikleri, hizmet sektörünün kapsamı, hizmet sektörünü diğer sektörlerden ayıran özellikler, hizmet pazarlamasının tanımı, hizmet sektörünün günümüzdeki önemi	Öztürk, 3-18
2	Pazarlama amaçları bakımından, kar amaçlı olup olmamasına göre, üretim teknolojilerine göre, pazar ve hizmet sağlayıcı açısından, stratejik pazarlama açısından ve kamu esaslı olup olmamasına göre hizmetlerin sınıflandırılması	Öztürk, 18-27

3	Hizmet işletmelerinde pazarlamanın yeri ve önemi, hizmet sektörünün önemini arttıran faktörler, hizmet sektöründe pazarlama stratejileri ve hizmet politikaları	Öztürk, 27-40
4	Hizmet işletmeleri için pazarlama karması: Bir ürün olarak hizmet, hizmet ürününün dört düzeyde incelenmesi ve genişletilmiş hizmet sunumu, hizmetlerde ürün karması stratejileri. Hizmet işletmelerinde fiyatlandırma kararlarını etkileyen faktörler ve fiyatlandırma yaklaşımları	Öztürk, 43-52
5	Hizmet işletmeleri için pazarlama karması: Tutundurma- reklam, satış geliştirme, kişisel satış, doğrudan pazarlama, internet, halkla ilişkiler ve sponsorluk- ve hizmet işletmeleri için dağıtım kanalı seçenekleri ve uygulamaları	Öztürk, 53-65
6	Hizmet pazarlamasında katılımcılar, süreç ve fiziksel kanıtlar	Öztürk, 65-77
7	Hizmet işletmelerinde kapasite ve talep yönetiminin önemi, talep yönetimi stratejileri, kapasite yönetimi	Öztürk, 78-95
8	Midterm 1 / Practice or Review	Ders kitapları ve güncel uygulamadan örnekler
9	Sağlık, turizm, bankacılık, eğlence gibi hizmet sektöründeki başlıca konulardaki gelişimler, pazarlama faaliyetleri, talepler, süreçler ve rekabet koşulları	Öztürk, 95-116
10	Hizmet pazarlamasında hizmet kalitesi boyutları, hizmet kalitesi modeli, hizmet kalitesinin geliştirilmesi	Öztürk, 117-126
11	Hizmet pazarlamasında ilişkisel pazarlama, ilişkisel pazarlamanın önemi ve özellikleri, müşteri yaşam eğrisi, ilişkisel pazarlamada müşteriyi elde tutma, müşteriyi elde tutma stratejileri	Öztürk, 129-140
12	Hizmetlerin finansal ve ekonomik etkileri, hizmetler ve karlılık	Öztürk, 149-185
13	Müşteri elde tutma yöntemleri ve maliyeti	Öztürk, 185-193
14	Hizmet sektöründe ve hizmetlerin pazarlanmasında karşılaşılan sorunlar, yenilikler ve gelişmeler	Öztürk, 198-212
15	Final	Öztürk, 213-218
16	Final	Ders kitapları ve güncel uygulamadan örnekler

## Değerlendirme Sistemi

Etkinlikler	Sayı	Katkı Payı
Devam/Katılım		
Laboratuvar		
Uygulama		
Arazi Çalışması		
Derse Özgü Staj		
Küçük Sınavlar/Stüdyo Kritiği		
Ödev	1	30
Sunum/Jüri		
Projeler		
Seminer/Workshop		

Ara Sınavlar	1	30
Final	1	40
<b>Dönem İçi Çalışmaların Başarı Notuna Katkısı</b>		60
<b>Final Sınavının Başarı Notuna Katkısı</b>		40
<b>TOPLAM</b>		100

<b>AKTS İşyükü Tablosu</b>			
<b>Etkinlikler</b>	<b>Sayı</b>	<b>Süresi (Saat)</b>	<b>Toplam İşyükü</b>
Ders Saati	13	3	39
Laboratuvar			
Uygulama			
Arazi Çalışması			
Sınıf Dışı Ders Çalışması	13	4	52
Derse Özgü Staj			
Ödev	1	15	15
Küçük Sınavlar/Stüdyo Kritiği			
Projeler			
Sunum / Seminer			
Ara Sınavlar (Sınav Süresi + Sınav Hazırlık Süresi)	1	15	15
Final (Sınav Süresi + Sınav Hazırlık Süresi)	1	20	20
		<b>Toplam İşyükü</b>	141
		<b>Toplam İşyükü / 30(s)</b>	4.70
		<b>AKTS Kredisi</b>	5

Diğer Notlar	Yok
--------------	-----