



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Hizmet Pazarlaması	İSL355	5	3 + 0	5,0	Seçmeli
Birim Bölüm	İşletme - Lisans (Yüz yüze eğitim)				
Amaç	Hizmet pazarlamasının doğası hakkında hem müşteriler ve hem de hizmet firmalarının bakış açılarını içeren kapsamlı bir anlayış sağlamaktır.				
Ders İçeriği	Hizmet dizaynı, fiyatlandırma uygulamaları, tutundurma stratejileri, dağıtım kararları, hizmet kalitesi ve müşteri bağlılığı gibi konularda ders anlatımları ve öğrenciler tarafından sunulan ve tartışılan örnek olay çalışmaları.				
Ders Kaynakları	Zeithaml, V., Bitner, M.J. ve Gremler, D. Services Marketing, 5. Baskı, McGraw-Hill, 2008. , Fitzsimmons, J.A ve Fitzsimmons, M.J., Service Management: Operations, Strategy, and Information Technology, Irwin-McGraw-Hill, 2006., İslamoğlu, A.H., Aydın, K., Candan, B., Hacıefendioğlu, Ş., Hizmet Pazarlaması, Beta Yayınları., Yüksel, Ü., Yüksel-Mermod, A, Hizmet Pazarlaması (Bankacılık ve Turizm), Beta Yayınlar				

Hafta	Konu
1	Hizmet kavramı, Hizmet sektörünün önemi, hizmetlerin temel özellikleri ve hizmet türleri
2	Hizmet pazarlaması, Pazarlama açısından hizmet ana bileşenleri, Hizmet ve ürün pazarlaması farkı, Başlıca hizmet pazarlama stratejileri
3	Rekabetin hizmet işletmeleri üzerindeki etkisi, Hizmet müşterisi ve hizmeti satın alma süreci, Pazar ve kaynak tabanlı pazarlama stratejilerinin oluşturulması,
4	Pazar bölümlendirme, Hedef pazar seçimi, Hizmet tasarımı, Hizmet Paketi, Hizmet üretimi ve hizmet elemanları, Hizmet üretiminde müşterinin rolü
5	Hizmet dağıtım kararları, Dağıtım kanalı seçimi, Hizmet Dağıtım Alanı Dizaynı, Hizmet dağıtım noktalarının seçimi, Dağıtımda teknoloji ve araçların işlevleri,
6	Hizmetlerin Fiyatlandırılması ve Tutundurma Kararları
7	Ara Sınav
8	Hizmet işletmelerinde talep ve kapasite yönetimi
9	Hizmet kalitesini belirleyen unsurlar, Hizmet standartlarının belirlenmesi, nesnel ve öznel kalite kavramları, Algılanan hizmet kalitesi
10	Hizmet kalitesinin ölçülmesi ve Hizmet kalitesinin geliştirilmesi konusundaki yaklaşımlar, Müşteri değeri yaratma
11	Hizmet kalitesi, Müşteri tatmini, Müşteri değeri, Müşteri güveni, Müşteri sadakati ve Firma karlılığı ilişkileri
12	İlişkisel pazarlama ve Hizmet pazarlaması, Müşteri ilişkileri uygulamaları (CRM), CRM ve teknoloji, CRM yoluyla hayat boyu müşteri değerinin yaratılması
13	Hizmet başarısızlığı ve telafi yöntemleri, Hizmetlerde etkin şikâyet yönetimi
14	Final Sınavı

Ders İş Yükü	Çalışma Türü / Öğretim Metotlar	Süresi (Saat)	Sayı
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	2	13
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim, Dinleme ve anlamlandırma, yönetsel beceriler	Seminer	1	13
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim	Sınıf Dışı Çalışma	3	13
Önceden planlanmış özel beceriler	Vaka Çalışması	1	13
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme	Küçük Grup Tartışması	1	13
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme	Tartışmalı Ders	1	13
Ara Sınav 1		2	1
Ödev 1		1	13
Final		2	1
<b>Ders İş Yükü:</b>		134	
<b>AKTS (Ders İş Yükü / 25.5):</b>		5,25	

Program Çıktıları	
1	Alan ile ilgili güncel ve teorik bilgilere sahip olur.
2	Alan ile ilgili konularda bilgi ve becerileri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirir.
3	Alan ile ilgili konularda bireysel ve ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açık olur.
4	Alanın gerektirdiği düzeyde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanır..
5	Çevreye, sosyal sorumluluğa, kaliteye ve yenilikçiliğe her şart altında önem verir.
6	Alanındaki gelişmeleri takip edebilecek düzeyde Türkçe ve bir yabancı dil bilgisine sahip olur ve yazılı-sözlü iletişim kurma yetkinliği kazanır.
7	Alan ile ilgili edinilen bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirir ve sorunları kavrar.
8	Farklı disiplinlerden edinilen bilgileri analitik ve eleştirel bir şekilde değerlendirerek, işletme uygulamalarına katkı sağlayacak yenilikçi çözümler üretir.
9	Ulusal ve uluslararası bir işletme kurabilme, yönetme ve sürekliliğini sağlayabilme becerisi kazanır.
10	Nitel ve nicel verilerden faydalanarak ekonomik ve sosyal konularda istatistiksel çözümlerle daha etkin kararlar alır.
11	Küresel olarak değişen müşteri istek ve ihtiyaçlarını belirleyerek, güncel talepleri karşılayabilecek ürün ve hizmetler üretir ve sunar.
12	Finansal tabloları ve verileri anlayarak işletmenin mali durumunu değerlendirir, finansal kararlar alır.
13	İşletmelerin hukuki süreçleri, sürdürülebilirlik ve etik konusundaki sorumlulukları hakkında bilgi sahibi olur ve bu konular bağlamında kararlar alır.

**Ders Öğrenme Çıktısı - Program Çıktıları (1 -5 Puan Aralığı)**

Ders Öğrenme Çıktısı	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12	PÇ 13
Hizmet bileşenlerine ilişkin pazar bulgularını kullanarak hizmet paketi oluşturur.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Müşteri ilişkileri ve hizmet kalitesi yönetim süreçlerini denetler.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hizmet pazarlamasını tanımlar ve ürün pazarlamasıyla farkını ifade eder.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Talep ve kapasite yönetimi konusunda temel analizleri gerçekleştirir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pazarlama araştırmalarını planlar ve hizmet pazarına yönelik bilgi toplama yöntemlerini kullanır.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ortalama Değer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgiyetir/301754>