



| Ders Adı | Kodu | Yarıyıl | T+U Saat | AKTS | Z / S |
|--------------------|--|---------|----------|------|---------|
| Hizmet Pazarlaması | MJF323 | 5 | 3 + 0 | 3,0 | Seçmeli |
| Birim Bölüm | Muhasebe ve Finans Yönetimi - Lisans (Yüz yüze) | | | | |
| Amaç | Dersin amacı hizmet pazarlaması alanındaki temel kavramların öğrenilmesi ve hizmet stratejilerinin kavranmasıdır. | | | | |
| Ders İçeriği | Hizmet kavramı, hizmet sektörü, hizmetlerin özellikleri, hizmet pazarlamasında pazarlama karması, hizmetlerde kapasite ve talep yönetimi, hizmet kalitesi, hizmetlerde uluslararasılaşma | | | | |
| Ders Veren | Öğr. Gör. Dr. Sevdenur KAPUSUZ | | | | |
| Ders Kaynakları | Öztürk, S. A. (2021). Hizmet Pazarlaması: Kuram, Uygulama ve Örnekler (18. Basım), Ekin Basım Yayın., Kozak, N., Aksöz, E. O., Özel, Ç. H. ve Aktaş, E. (2019). Hizmet Pazarlaması: Kavramlar, İnkeler ve Stratejiler, Detay Yayıncılık. | | | | |

| Hafta | Konu |
|-------|---|
| 1 | Dersin tanıtımı ve dersle ilgili temel bilgilerin verilmesi |
| 2 | Hizmet Kavramı ve Günümüzde Hizmet Sektörü |
| 3 | Hizmetlerin Özellikleri ve Hizmetlerin Sınıflandırılması |
| 4 | Hizmet Pazarlamasında Pazarlama Karması |
| 5 | Hizmet Pazarlamasında Ürün ve Markalaşma |
| 6 | Hizmet Pazarlamasında Fiyat ve Fiyatlandırma Stratejileri |
| 7 | Hizmet Pazarlamasında Tutundurma |
| 8 | Hizmet Pazarlamasında Dağıtım |
| 9 | Hizmet Pazarlamasında İnsan, Fiziksel Kanıtlar ve Süreç |
| 10 | Hizmet Pazarlamasında Müşteri İlişkileri Yönetimi |
| 11 | Hizmetlerde Kapasite ve Talep Yönetimi |
| 12 | Hizmet Kalitesi |
| 13 | Hizmetlerde Uluslararasılaşma |
| 14 | Hizmet Pazarlamasında Örnek Vaka Çalışması |

Program Çıktıları

| | |
|----|---|
| 1 | Muhasebe ve finans alanında güncel kuramsal ve uygulamalı bilgilere sahip olur. |
| 2 | Muhasebe bilgilerini stratejik, taktik ve operasyonel boyutlarda kullanabilir ve bu bilgileri örgütsel düzeyde analiz edebilir ve tasarlayabilir. |
| 3 | Kamu ve özel sektör iş yaşamının gerektirdiği, hem teorik hem de uygulama bazındaki muhasebe ve finans konularıyla iş yaşamına kolayca adaptasyon sağlar. |
| 4 | Bilişim teknolojileri başta olmak üzere, muhasebe ve finans alanındaki çağdaş yöntem ve teknolojilerdeki güncel gelişmeleri izler, bunları etkili bir şekilde kullanabilir ve kendini sürekli yenileme becerisi kazanır |
| 5 | Kamu ve özel sektör kuruluşlarındaki alanı ile ilgili süreçleri yerinde inceleyerek uygulama becerisi kazanır |
| 6 | Çevreye, sosyal sorumluluğa, kaliteye, yenilikçiliğe her şart altında önem verir ve verileri ilgili doğrultuda toplayabilir. |
| 7 | Bireysel ve ekip üyesi olarak sorumluluk alır, açık fikirli, eleştiriye açık, yapıcı ve özgüven sahibi olur, etkin ve verimli çalışır. |
| 8 | İş etiğinin değerlerine uymanın gereğini özümser, muhasebe ve finans alanı ile ilgili verilerin toplanması, yorumlanması, duyurulması ve uygulanması aşamalarında her şart altında toplumsal, bilimsel ve etik değerlere sahip olur ve uygular. |
| 9 | Liderlik vasıflarını kazanmak ve başarı ile uygulamak |
| 10 | Bir yabancı dili kullanarak muhasebe ve finans alanı ile ilgili bilgileri izler ve meslektaşları ile iletişim kurar |
| 11 | Yerel, ulusal, uluslararası ve küresel boyutlarda muhasebe ve finans alanındaki hem teorik hem de pratik değişim ve gelişimi izleme becerisi kazanır. |
| 12 | Takım çalışmasına uyumlu, inisiyatif sahibi, analitik düşünebilen, yenilik ve değişime açık, girişimci, yaşam boyu öğrenme davranışı kazanır. |
| 13 | Alanı ile ilgili ileri düzeydeki bir çalışmayı bağımsız olarak yürütebilir. |
| 14 | Toplumsal Sosyal sorumluluk bilinci ile yaşadığı sosyal çevre için projeler ve etkinlikler düzenleyebilir. |

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 | PÇ 14 |
|---|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Hizmet pazarlamasında genişletilmiş pazarlama karması öğrenilir. | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Hizmet pazarlaması bileşenlerine dair stratejilerin nasıl geliştirileceği öğrenilir. | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Hizmet pazarlaması alanında geliştirilen stratejileri analiz edebilme becerisi gelişir. | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Hizmet pazarlamasında müşteri ilişkilerinin önemi kavranır. Hizmet kalitesi ve hizmetlerde uluslararasılaşmaya yönelik temel bilgiler edinilir. | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Hizmet pazarlaması alanındaki temel kavramlar tanımlanır ve hizmet sektörünün önemi kavranır. | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |