



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Finansal Hizmet Pazarlaması	BAF324	6	3 + 0	3,0	Seçmeli

Birim Bölüm	Finans ve Bankacılık - Lisans (Yüz yüze)
Amaç	Hizmet pazarlamasıyla ilgili temel kavramların öğrencilere anlatılmasıdır. Hizmet pazarlama karması elemanları, hizmet işletmelerinde genişletilmiş pazarlama karmasını analiz eder.
Ders İçeriği	Bu dersin içeriği, hizmet pazarlaması kavramının tanımı ile hizmet pazarlaması faaliyetlerinin etkilendiği çevresel şartların incelenmesi ve hizmet pazarlama sürecinin elemanları olan hizmet pazarlama karmasının anlatılması ve hizmet işletmelerinde yeni ürün tasarımını (blue print) ve her hizmet sektörü için servscape konusunda neler yapılması gerektiğinin ortaya konmasıdır.
Ders Kaynakları	Hizmet Pazarlaması (Nazmi Kozak, Çağıl Hale Özel, Deniz Karagöz Yüncü), Hizmet Pazarlaması Stratejik Bir Yaklaşımla (Berrin Onaran, Alparslan Özmen), Hizmet Pazarlaması ve Stratejileri (Remzi Altınışık), Hizmet Pazarlaması (A Hamdi İslamoğlu, Kenan Aydın), Hizmet Pazarlaması Kuram Uygulama ve Örnekler- Sevgi Ayşe Öztürk, Hizmet Pazarlaması (Nazmi Kozak, Çağıl Hale Özel, Deniz Karagöz Yüncü), Hizmet Pazarlaması Stratejik Bir Yaklaşımla (Berrin Onaran, Alparslan Özmen), Hizmet Pazarlaması ve Stratejileri (Remzi Altınışık), Hizmet Pazarlaması (A Hamdi İslamoğlu, Kenan Aydın), Hizmet Pazarlaması Kuram Uygulama ve Örnekler- Sevgi Ayşe Öztürk

Hafta	Konu
1	Hizmet Kavramı, Hizmetlerin Rolü ve Önemi
2	Hizmetlerin Özellikleri ve Hizmet Sektörü
3	Hizmet Karması ve Hizmetlerin Sınıflandırılması
4	Hizmet Pazarlaması ve Hizmet İşletmelerinin Pazarlama Yönetim Süreci
5	Hizmet Pazarlaması ve Stratejileri
6	Hizmetlerin Düzenlenmesi ve Hizmet Kalitesi
7	Hizmetler Bağlamında Tüketici
8	Hizmet Tasarımı ve Yeni Hizmetler
9	Hizmet Sunumunda Fiziksel Deliller ve Hizmet Ortamı
10	Hizmetlerde Dağıtım ve Sunum
11	Hizmetlerde Kapasite ve Talep Yönetimi
12	Hizmetlerin Fiyatlandırılması
13	Hizmetlerde İletişim ve Bilgilendirme
14	Hizmet Pazarlaması ve Yeni Yaklaşımlar

Program Çıktıları	
1	Finans alanıyla ilgili temel kavramlara, güncel ve teorik bilgilere sahip olur.
2	Alanla ilgili edindiği bilgi ve becerileri finansal süreçleri çözmeye kullanır, analitik ve stratejik düşünerek uygulamaya geçirebilir.
3	Alanla ilgili edindiği bilgiler çerçevesinde finansal piyasaları ve finansal kurumları değerlendirebilir.
4	Alanla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açık olur.
5	Alanla ilgili konularda bireysel anlamda sorumluluğa açık olur.
6	Finansal olaylar arasında neden-sonuç ilişkisi kurar ve yorumlar.
7	Finansal konularla ilgili bilgi ve becerileri yazılı ve sözlü olarak aktarır ve iletişim kurar.
8	Finansal konularda gelişmeleri takip edebilecek ve iletişim kurabilecek düzeyde bir yabancı dili anlayabilir ve kullanabilir.
9	Alanın gerektirdiği düzeyde bilgi, iletişim teknolojileri ve paket programları kullanabilir.
10	Alanla ilgili konularda toplumsal refahı ön planda tutar ve etik değerlere uygun değerlendirerek yorum yapar.
11	Finansal piyasa ve kurumların iç ve dış çevresinde tüm paydaşlarını gözetecek şekilde ilişkilerini izleyebilir.
12	Çevreye, sosyal sorumluluğa, kaliteye ve yenilikçiliğe her şart altında önem verir, verileri ilgili doğrultuda toplar.
13	Finans ve bankacılık konularında edindiği bilgi ve becerileri sürekli geliştirerek ömür boyu öğrenmeye açıktır.
14	Alanıyla ilgili konularda bilgi ve becerileri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirebilir.
15	Genelde finans, özelde ise bankacılık konuları ile ilgili bilgi birikimine sahip olur ve ekonomide yaşanan süreçleri izleyebilir.

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	PÇ 15
Müşteriyi tutma ve kaybedilen müşteriyi kazanma programlarını kavrayabilir	3	2	5	4	3	2	4	4	5	5	2	5	4	3	3
Müşteri ilişkileri yönetimi sürecine uygun bilgi teknolojilerini tanıır ve seçer.	2	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	3	5	3
Müşteri sadakat programlarını tanıır	2	3	4	5	3	4	2	4	5	3	4	5	4	3	5
Müşteri değer yönetim sürecini tanıır.	3	4	3	3	4	3	3	3	5	3	3	2	4	3	3
Müşteri ilişkileri yönetimi sürecine hakim olur	3	5	3	4	4	5	4	5	3	4	5	3	4	3	5
Müşteriyi tutma ve kaybedilen müşteriyi kazanma programlarını kavrayabilir	3	2	5	4	3	2	4	4	5	5	2	5	4	3	3
Müşteri ilişkileri yönetimi sürecine uygun bilgi teknolojilerini tanıır ve seçer.	2	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	3	5	3
Müşteri sadakat programlarını tanıır	2	3	4	5	3	4	2	4	5	3	4	5	4	3	5
Müşteri değer yönetim sürecini tanıır.	3	4	3	3	4	3	3	3	5	3	3	2	4	3	3
Müşteri ilişkileri yönetimi sürecine hakim olur	3	5	3	4	4	5	4	5	3	4	5	3	4	3	5
Müşteriyi tutma ve kaybedilen müşteriyi kazanma programlarını kavrayabilir	3	2	5	4	3	2	4	4	5	5	2	5	4	3	3
Müşteri ilişkileri yönetimi sürecine uygun bilgi teknolojilerini tanıır ve seçer.	2	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	3	5	3
Müşteri sadakat programlarını tanıır	2	3	4	5	3	4	2	4	5	3	4	5	4	3	5
Müşteri değer yönetim sürecini tanıır.	3	4	3	3	4	3	3	3	5	3	3	2	4	3	3
Müşteri ilişkileri yönetimi sürecine hakim olur	3	5	3	4	4	5	4	5	3	4	5	3	4	3	5

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/341196>