



| Ders Adı | Kodu | Yarıyıl | T+U Saat | AKTS | Z / S |
|--------------------|--|---------|----------|------|---------|
| Hizmet Pazarlaması | PAZ5002 | | 3 + 0 | 7,5 | Seçmeli |
| Birim Bölüm | Üretim Yönetimi ve Pazarlama - YL - Lisansüstü (Yüz Yüze Anlatım, Tartışma, Takım-Grup Çalışması, Beyin Fırtınası, Örnek Olay Yöntemi, Ödev, Soru-Cevap) | | | | |
| Amaç | Dersin amacı, global düzeyde hizmet sektörünün büyümesiyle beraber önemi artan hizmet işletmelerinin, içinde buldukları hedef pazarlarda sürdürülebilir bir konumlandırma yaratabilmesi için gerekli olan stratejilerin önemini ortaya koymaktır. Hizmet pazarlaması yaklaşımında, pazarlama karması unsurlarının etkili kullanımının, işletmeye sağlayacağı avantajların önemini anlaşılmasını sağlamaktır. | | | | |
| Ders İçeriği | Hizmet Kavramı, Hizmetlerin Rolü ve Önemi, Hizmetlerin Özellikleri ve Hizmet Sektörü, Hizmet Karması ve Hizmetlerin Sınıflandırılması, Hizmet Pazarlaması ve Hizmet İşletmelerinin Pazarlama Yönetim Süreci, Hizmet Pazarlaması ve Stratejileri, Hizmetlerin Düzenlenmesi ve Hizmet Kalitesi, Hizmetler Bağlamında Tüketici, Hizmet Tasarımı ve Yeni Hizmetler, Hizmet Sunumunda Fiziksel Deliller ve Hizmet Ortamı, Hizmetlerde Dağıtım ve Sunum, Hizmetlerde Kapasite ve Talep Yönetimi, Hizmetlerin Fiyatlandırılması, Hizmetlerde İletişim ve Bilgilendirme, Hizmet Pazarlaması ve Yeni Yaklaşımlar. | | | | |
| Ders Kaynakları | Hizmet Pazarlaması (Nazmi Kozak, Çağrı 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, (Ayşe Sevgi 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 |

| Ders İş Yüğü | Çalışma Türü / Öğretim Metotlar | Süresi (Saat) | Sayı |
|---|---------------------------------|---------------|------|
| Dinleme ve anlamlandırma | Ders | 3 | 14 |
| Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme | Tartışmalı Ders | 3 | 14 |
| Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma | İnceleme / Anket Çalışması | 3 | 14 |
| Ara Sınav 1 | | 10 | 1 |
| Ödev 1 | | 25 | 1 |
| Final | | 15 | 1 |
| Ödev (Sunum) | | 15 | 1 |
| Ders İş Yüğü: | | 191 | |
| AKTS (Ders İş Yüğü / 25.5): | | 7,49 | |

| Program Çıktıları | |
|-------------------|--|
| 1 | İşletmenin makro ve mikro pazarlama çevresi sorunlarını tanımlayıp çözümlenebilmek |
| 2 | Pazarlama yönetimi temel kavramlarını tanımlayabilmek |
| 3 | Üretim yönetimi temel kavramlarını tanımlayabilmek |
| 4 | Güncel pazarlama sorunlarının çözümünde pazarlama teorisi ve teorik yaklaşımların rolünü belirleyebilmek |
| 5 | Pazarlama teorilerinin farklı kültürel yapılarda nasıl uygulandığını belirleyebilmek |
| 6 | Klasik ve güncel pazarlama teorileri arasındaki farklılık ve ilişkileri tanımlayarak değerlendirmek |
| 7 | Pazarlama yönetiminde bilgi sistemlerinden faydalanarak pazarlama bilgisi toplamak ve analiz edebilmek |
| 8 | Tedarik zinciri ve lojistik faaliyetlerinin yönetimi ve entegrasyonu becerisi |
| 9 | Rekabet ortamında pazarlama fırsat ve tehditleri belirlemek ve bunlara uygun stratejiler geliştirebilmek |
| 10 | Mikro ve makro pazarlama çevresi üyeleriyle iletişim, koordinasyon ve bilgi paylaşımını sağlayabilmek |
| 11 | İşletme sorunlarını sayısal karar verme tekniklerini kullanarak belirlemek ve çözüm sunmak |

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 |
|---|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|
| Hizmet işletmelerinde pazarlama sürecini yönetir | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Hizmet pazarlaması stratejilerini oluşturur | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Hizmetler bağlamında tüketici yaklaşımlarını belirler | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| İşletmeler için hizmetlerin rolü ve önemini kavrar | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Hizmet karması elemanlarını açıklar ve analiz eder. | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/411958>