|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Dersin Adı** | **Kodu** | **Yarıyılı** | **T+U** | **Kredisi** | **AKTS** |
| Hizmet Pazarlaması |  | 6 | 2+0 | 2 | 2 |
| Ön koşul Dersler | **-** | | | | |
| Dersin Dili | Türkçe | | | | |
| Dersin Türü | Ortak Seçmeli | | | | |
| Dersi Öneren Fakülte/Bölüm | İktisadi ve İdari Bilimler/ İşletme | | | | |
| Dersin Yürütüleceği Kampüs | Osmanbey | | | | |
| Dersin Koordinatörü |  | | | | |
| Dersi Verenler |  | | | | |
| Dersin Yardımcıları |  | | | | |
| Dersin Amacı | Hizmet pazarlamasıyla ilgili temel kavramların öğrencilere anlatılmasıdır. Hizmet pazarlama karması elemanları, hizmet işletmelerinde genişletilmiş pazarlama karmasını analiz eder. | | | | |
| Dersin Öğrenme Çıktıları | Bu dersin sonunda öğrenci;  1. Hizmet kavramını tanımlayabilecekler.  2. Hizmet pazarlaması karmasını analiz eder ve oluşturur  3. Hizmet sektörlerindeki problemleri tespit edebilecekler.  4. Kültürler arası hizmet sektörlerinde tutum farklılıklarını kavrayabilecekler.  5. Hizmet kalitesi, müşteri beklentileri ve müşteri memnuniyeti kavramlarını sentez ederek, uygulamaya yönelik önerilerde sunar  6. Hizmet sektöründe arz ve talep yönetimi konularında analizler yapar ve pazarlama stratejileri oluşturur | | | | |
| Dersin İçeriği | Bu dersin içeriği, Hizmet kavramı, hizmetlerin özellikleri, hizmetlerin sınıflandırılması, hizmet pazarlaması kavramının tanımı ile hizmet pazarlaması faaliyetlerinin etkilendiği çevresel şartların incelenmesi ve hizmet pazarlama sürecinin elemanları olan hizmet pazarlama karması bileşenleri, hizmet kalitesi ve ölçümü. | | | | |
| **Haftalar** | **Konular** | | | | |
| 1 | Hizmet pazarlamasına giriş | | | | |
| 2 | Hizmet, hizmet yönetimi kavramı ve hizmet sektörünün önemi | | | | |
| 3 | Hizmet kalitesi ve Müşteri Tatmini | | | | |
| 4 | Hizmetlerin Özellikleri | | | | |
| 5 | Hizmetlerin sınıflandırılması | | | | |
| 6 | Hizmet Pazarlaması yönetiminde pazarlama karması elamanları: Ürün | | | | |
| **7** | Hizmet pazarlaması yönetiminde Dağıtım | | | | |
| 8 | Hizmet pazarlaması yönetiminde Tutundurma ve fiyatlandırma | | | | |
| 9 | Hizmet pazarlaması yönetiminde İnsan ve Süreç | | | | |
| 10 | Hizmet pazarlaması yönetiminde Fiziksel unsurlar | | | | |
| 11 | Hizmet pazarlaması yönetiminde kapasite ve talep yönetimi. | | | | |
| 12 | Hizmet kalitesinin Ölçümü: Servqual Modeli | | | | |
| 13 | Müşteri tutma yolları | | | | |
| 14 | Hizmet sektöründe arz ve talep yönetimi | | | | |
| **Genel Yeterlilikler** | | | | | |
| Öğrencilerin hizmet, hizmet pazarlaması, hizmet pazarlaması stratejilerini sentezleyerek, uygulamaya yönelik önerilerde bulunabilme yeteneği kazanır. | | | | | |
| **Kaynaklar** | | | | | |
| Öztürk,A.,(2007).*Hizmet Pazarlaması.*Bursa: Etkin Kitap Evi.  Erenkol, H. A. (2020). *Hizmet Pazarlaması.*İstanbul:İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi  yayını. http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/isletme\_ue/hizmetpazar.pdf  Palmer, A.(2014). *Principles of Services Marketing.*London:McGraw-HillEducation. | | | | | |
| **Değerlendirme Sistemi** | | | | | |
| **Dönem başında hazırlanacak izlence ile ilan edilecektir.** | | | | | |