

DERS BİLGİLERİ					
Ders Adı	Kod	Yarıyıl	L+P (Saat)	Kredi	AKTS
Service Marketing	UTF 416	3	3+0	3	5
Ön Şartlar	Yok				
Eğitim Dili	İngilizce				
Dersin Seviyesi	Lisans				
Dersin Tipi	Zorunlu				
Dersi Veren Öğretim Üyesi	Doç.Dr. Ceyda TANRIKULU				
Asistanlar					
Hedefler	Hizmet sektörü ve hizmet pazarlamasındaki temel kavram ve konuları belirterek, hizmet pazarlamasının önemini ve gelişmeleri ortaya koymak.				
Dersin İçeriği	“Hizmet”, “Hizmet Sektörü”, “Hizmet Pazarlaması” kavramları, hizmetlerin özellikleri, hizmet sektörünün günümüzdeki önemi ve büyüme nedenleri, hizmetlerin sınıflandırılması, hizmetlerin özellikleri, hizmet işletmelerinde pazarlamının yeri ve önemi, hizmet işletmeleri için pazarlama stratejileri ve hizmet politikaları, hizmet işletmeleri için pazarlama karması, hizmet pazarlamasında yeni yaklaşımlar: hizmet kalitesi, ilişkisel pazarlama.				
Öğrenme Çıktıları	Hizmet sektörü ve hizmet pazarlaması kavramı kavranır. Hizmet kalitesinde fiziksel göstergeler incelenir. Hizmet kalitesi ölçümleme metodları edinilir. Beklenen kalite ve algılanan kalite kavramları değerlendirilir.				

DERSİN İÇERİĞİ		
Hafta		Uygulama
1	Hizmet, hizmet sektörü, hizmet pazarlaması kavramları, hizmetlerin özellikleri, hizmet sektörünün kapsamı, hizmet sektörünü diğer sektörlerden ayıran özellikler, hizmet pazarlamasının tanımı, hizmet sektörünün günümüzdeki önemi	3
2	Pazarlama amaçları bakımından, kar amaçlı olup olmamasına göre, üretim teknolojisine göre, pazar ve hizmet sağlayıcı açısından, stratejik pazarlama açısından ve kamu esası olup olmamasına göre hizmetlerin sınıflandırılması	3
3	Hizmet işletmelerinde pazarlamının yeri ve önemi, hizmet sektörünün önemini arttıran faktörler, hizmet sektöründe pazarlama stratejileri ve hizmet politikaları	3
4	Hizmet işletmeleri için pazarlama karması: Bir ürün olarak hizmet, hizmet ürününün dört düzeyde incelenmesi ve genişletilmiş hizmet sunumu, hizmetlerde ürün karması stratejileri. Hizmet işletmelerinde fiyatlandırma kararlarını etkileyen faktörler ve fiyatlandırma yaklaşımları	3
5	Hizmet işletmeleri için pazarlama karması: Tutundurma- reklam, satış geliştirme, kişisel satış, doğrudan pazarlama, internet, halkla ilişkiler ve sponsorluk- ve hizmet işletmeleri için dağıtım kanalı seçenekleri ve uygulamaları	3
6	Hizmet pazarlamasında katılımçılar, süreç ve fiziksel kanıtlar	3
7	Hizmet işletmelerinde kapasite ve talep yönetiminin önemi, talep yönetimi stratejileri, kapasite yönetimi	3
8	Ara Sınav	3
9	Sağlık, turizm, bankacılık, eğlence gibi hizmet sektöründeki başlıca konulardaki gelişimler, pazarlama faaliyetleri, talepler, süreçler ve rekabet koşulları	3
10	Hizmet pazarlamasında hizmet kalitesi boyutları, hizmet kalitesi modeli, hizmet kalitesinin geliştirilmesi	3
11	Hizmet pazarlamasında ilişkisel pazarlama, ilişkisel pazarlamının önemi ve özellikleri, müşteri yaşam eğrisi, ilişkisel pazarlamada müşteriye elde tutma, müşteriye elde tutma stratejileri	3
12	Hizmetlerin finansal ve ekonomik etkileri, hizmetler ve karlılık	3
13	Müşteri elde tutma yöntemleri ve maliyeti	3
14	Hizmet sektöründe ve hizmetlerin pazarlanmasında karşılaşılan sorunlar, yenilikler ve gelişmeler	3
15	Vaka Analizler	3
16	Final Sınavları	3

ÖNERİLEN KAYNAKLAR	
1.Service Marketing- Valerie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner	

Ders İş Yüğü		
Etkinlik	Sayısı	Katkısı (%)
Ara Sınav	1	40
Final Sınavı	1	60
Proje	1	0
Ödev	0	0
Toplam		100