ANABİLİM DALI	İşletme					
PROGRAM	Tezli Yükseklisans					
DERS KODU	YARIYIL	DERS ADI	T/U/L	TÜRÜ	ÖĞRENİM DİLİ	AKTS
İŞL528	Güz	Hizmet Pazarlaması	3/0/0	Seçmeli	Türkçe	6

DERSİN AMACI	Hizmet pazarlamasının doğası hakkında hem müşteriler ve hem de hizmet firmalarının bakış açılarını içeren kapsamlı bir anlayış sağlamaktır.
ÖN KOŞULLAR	Yok
EŞ KOŞULLAR	Yok
ÖZEL KOŞULLAR	Yok
ÖĞRETİM ÜYELERİ	Doç.Dr. Hakan Çelik
ASİSTANLAR	Arş.Gör. Rıdvan Kocaman
DERS GÜN, SAAT ve YERİ	
GÖRÜŞME SAATLERİ ve YERİ	
ÖĞRETİM YÖNTEM ve TEKNİKLERİ	Yüz Yüze Eğitim, Öğrenci Sunumları, Sınıf İçi Tartışma
TEMEL KAYNAKLAR	İslamoğlu, A.H., Aydın, K., Candan, B., Hacıefendioğlu, Ş., Hizmet Pazarlaması, Beta Yayınları. Yüksel, Ü., Yüksel-Mermod, A., Hizmet Pazarlaması (Bankacılık ve Turizm), Beta Yayınları. Zeithaml, V., Bitner, M.J. ve Gremler, D. Services Marketing, 5. Baskı, McGraw-Hill, 2008. Fitzsimmons, J.A. ve Fitzsimmons, M.J., Service Management: Operations, Strategy, and Information Technology, Irwin-McGraw-Hill, 2006.
DİĞER KAYNAKLAR	Bilimsel ve diğer periyodik yayınlarda yer alan makaleler, değerlendirmeler ve örnek olaylar.

HAFTALIK DERS PROGRAMI

HAFTA	DERSİN İÇERİĞİ	ÖĞRETİM YÖNTEM ve TEKNİKLERİ
1. Hafta	Hizmet kavramı, Hizmet sektörünün önemi, Hizmetlerin temel özellikleri ve Hizmet türleri,	Anlatım ve tartışma
2. Hafta	Hizmet pazarlaması, Pazarlama açısından hizmet ana bileşenleri, Hizmet ve ürün pazarlaması farkı, Başlıca hizmet pazarlama stratejileri,	Anlatım, rapor teslimi, rapor sunumu ve tartışma

3. Hafta	**Rekabetin hizmet işletmeleri üzerindeki etkisi, Hizmet müşterisi ve hizmeti satın alma süreci, Pazar ve kaynak tabanlı pazarlama stratejilerinin oluşturulması,**	Anlatım ve tartışma
4. Hafta	**Pazar bölümlendirme, Hedef pazar seçimi, Hizmet tasarımı, Hizmet Paketi, Hizmet üretimi ve hizmet elemanları, Hizmet üretiminde müşterinin rolü,**	Anlatım, rapor teslimi, rapor sunumu ve tartışma
5. Hafta	**Hizmet dağıtım kararları, Dağıtım kanalı seçimi, Hizmet Dağıtım Alanı Dizaynı, Hizmet dağıtım noktalarının seçimi, Dağıtımında teknoloji ve aracıların işlevleri,**	Anlatım ve tartışma
6. Hafta	**Hizmetlerin Fiyatlandırılması ve Tutundurma Kararları,**	Anlatım, rapor teslimi, rapor sunumu ve tartışma
7. Hafta	**ARA SINAV**	Anlatım ve tartışma
8. Hafta	**Hizmet işletmelerinde talep ve kapasite yönetimi,**	Anlatım, rapor teslimi, rapor sunumu ve tartışma
9. Hafta	**Hizmet kalitesini belirleyen unsurlar, Hizmet standartlarının belirlenmesi, nesnel ve öznel kalite kavramları, Algılanan hizmet kalitesi,**	Anlatım ve tartışma
10. Hafta	**Hizmet kalitesinin ölçülmesi ve Hizmet kalitesinin geliştirilmesi konusundaki yaklaşımlar, Müşteri değeri yaratma,**	Anlatım, rapor teslimi, rapor sunumu ve tartışma
11. Hafta	**Hizmet kalitesi, Müşteri tatmini, Müşteri değeri, Müşteri güveni, Müşteri sadakati ve Firma karlılığı ilişkileri**	Anlatım ve tartışma
12. Hafta	**İlişkisel pazarlama ve Hizmet pazarlaması, Müşteri ilişkileri uygulamaları (CRM), CRM ve teknoloji, CRM yoluyla hayat boyu müşteri değerinin yaratılması,**	Anlatım, rapor teslimi, rapor sunumu ve tartışma
13. Hafta	**Hizmet başarısızlığı ve telafi yöntemleri, Hizmetlerde etkin şikâyet yönetimi,**	Anlatım ve tartışma
14. Hafta	**Elektronik hizmetler, Elektronik ve geleneksel hizmet farkı, Elektronik hizmetlerin pazarlanması, Algılanan elektronik hizmet kalitesi**	Anlatım, rapor teslimi, rapor sunumu ve tartışma

DEĞERLENDİRME ÖÇÜTLERİ

ÖLÇÜT TİPLERİ	ADET	YÜZDESİ (%)
ARA SINAV(lar)	**1**	**25**
KISA SINAV(lar)	**0**	**0**
YAZILI ÖDEV veya SÖZLÜ SUNUM	**7**	**35**
PROJE(ler)	**0**	**0**
DÖNEM ÖDEVİ	**0**	**0**
LABORATUVAR	**0**	**0**
DİĞER	**13**	**15**
FİNAL	**1**	**25**

ÖĞRENİM ÇIKTILARI

ÖÇ-1	Hizmet pazarlamasını tanımlar ve ürün pazarlamasıyla farkını ifade eder.

ÖÇ-2	Hizmet türlerini sınıflandırır ve pazarlama açısından farklılıklarını yorumlar.
ÖÇ-3	Pazarlama araştırmalarını planlar ve hizmet pazarına yönelik bilgi toplama yöntemlerini kullanır.
ÖÇ-4	Hizmet bileşenlerine ilişkin pazar bulgularını kullanarak hizmet paketi oluşturur.
ÖÇ-5	Talep ve kapasite yönetimi konusunda temel analizleri gerçekleştirir.
ÖÇ-6	Ulusal ve uluslararası düzeyde hizmet pazarlaması bağlamında stratejiler geliştirir ve işletme stratejileriyle ilişkilerini kurar.
ÖÇ-7	Müşteri ilşkileri ve hizmet kalitesi yönetim süreçlerini denetler.
PROGRAM ÇIKTILARI	
PÇ-1	Temel İşletme Bilgisinin kullanımı
PÇ-2	Takım çalışması yapabilme
PÇ-3	Problem belirleyebilme, çözebilme ve karar verme
PÇ-4	Mesleki ve etik anlayışa sahip olma
PÇ-5	Etkin iletişim kurabilme becerisi
PÇ-6	Mesleğin küresel ve toplumsal etkilerinin bilincinde olma
PÇ-7	Yaşam boyu öğretimin ve gelişimin bilincinde olma
PÇ-8	Çağdaş konuların bilincinde olma
PÇ-9	İşletmecilik araç, yöntem ve yaklaşımlarını saptama ve kullanabilme
PÇ-10	Topluma, kurumuna ve çevreye duyarlı, yapıcı ve yaratıcı işletmeci olma