



Nuh Naci Yazgan Üniversitesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İşletme

İŞL 3106		Hizmet Pazarlaması			
Yarıyıl	Kodu	Adı	T+U	Kredi	AKTS
5	İŞL 3106	Hizmet Pazarlaması	3	0	4

Dersin Dili:

Türkçe

Dersin Düzeyi:

Fakülte

Dersin Staj Durumu:

Yok

Bölümü/Programı:

İşletme

Dersin Türü:

Seçmeli

Dersin Amacı:

Hizmet sektörü ve hizmet pazarlamasındaki temel kavram ve konuları belirterek, hizmet pazarlamasının önemini ve gelişmeleri ortaya koymak.

Öğretim Yöntem ve Teknikleri:

"Hizmet", "Hizmet Sektörü", "Hizmet Pazarlaması" kavramları, hizmetlerin özellikleri, hizmet sektörünün günümüzdeki önemi ve büyüme nedenleri, hizmetlerin sınıflandırılması, hizmetlerin özellikleri, hizmet işletmelerinde pazarlamanın yeri ve önemi, hizmet işletmeleri için pazarlama stratejileri ve hizmet politikaları, hizmet işletmeleri için pazarlama karması, hizmet pazarlamasında yeni yaklaşımlar: hizmet kalitesi, ilişkisel pazarlama.

Ön Koşulları:**Dersin Koordinatörü:****Dersi Veren:**

Dr. Kumru Uyar

Dersin Yardımcıları:**Dersin Kaynakları**

Ders Notları	:	Hizmet Pazarlaması, Kuram, Uygulama ve Örnekler
Kaynakları	:	Sevgi Ayşe Öztürk, Ekin Basım Yayın
Dökümanlar	:	
Ödevler	:	
Sınavlar	:	Service Marketing- Valerie A. Zeithamlı, Mary Jo Bitner, Hizmet Pazarlaması - A. Hamdi İslamoğlu, Burcu Candan, Kenan Aydın, Şenol Hacıfendioğlu Kitaplar Uygulamalar vize, Final

Ders Yapısı

Matematik ve Temel Bilimler	:		Eğitim Bilimleri	:	
Mühendislik Bilimleri	:		Fen Bilimleri	:	
Mühendislik Tasarımı	:		Sağlık Bilimleri	:	
Sosyal Bilimler	:	20	Alan Bilgisi	:	80

Ders Konuları

Hafta	Konu	Ön Hazırlık	Dökümanlar
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	Öztürk, 3-18	
2	Pazarlama amaçları bakımından, kar amaçlı olup olmamasına göre, üretim teknolojisine göre, pazar ve hizmet sağlayıcı açısından, stratejik pazarlama açısından ve kamu esaslı olup olmamasına göre hizmetlerin sınıflandırılması	Öztürk, 18-27	
3	Hizmet işletmelerinde pazarlamanın yeri ve önemi, hizmet sektörünün önemini artıran faktörler, hizmet sektöründe pazarlama stratejileri ve hizmet politikaları	Öztürk, 27-40	
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	Öztürk, 43-52	
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	Öztürk, 53-65	
6	Hizmet pazarlamasında katılımcılar, süreç ve fiziksel kanıtlar	Öztürk, 65-77	
7	Hizmet işletmelerinde kapasite ve talep yönetiminin önemi, talep yönetimi stratejileri, kapasite yönetimi	Öztürk, 78-95	
8	vize		
9	Sağlık, turizm, bankacılık, eğlence gibi hizmet sektöründeki başlıca konulardaki gelişimler, pazarlama faaliyetleri, talepler, süreçler ve rekabet koşulları	Öztürk, 95-116	
10	Hizmet pazarlamasında hizmet kalitesi boyutları, hizmet kalitesi modeli, hizmet kalitesinin geliştirilmesi	Öztürk, 117-126	
11	Hizmet pazarlamasında ilişkisel pazarlama, ilişkisel pazarlamanın önemi ve özellikleri, müşteri yaşam eğrisi, ilişkisel pazarlamada müşteriye elde tutma, müşteriye elde tutma stratejileri	Öztürk, 129-140	
12	Hizmetlerin finansal ve ekonomik etkileri, hizmetler ve karlılık	Öztürk, 149-185	
13	Hizmet sektöründe ve hizmetlerin pazarlanmasında karşılaşılan sorunlar, yenilikler ve gelişmeler	Öztürk, 198-212	
14	Vaka Analizler	Öztürk, 213-218	
15	final		

Dersin Öğrenme Çıktıları

Sıra No Açıklama

Ö01	Hizmet sektörü ve hizmet pazarlaması kavramı kavranır.
Ö02	Hizmet kalitesinde fiziksel göstergeler incelenir.
Ö03	Hizmet kalitesi ölçümlemesi metodları edinilir.
Ö04	Beklenen kalite ve algılanan kalite kavramları değerlendirilir.

Programın Öğrenme Çıktıları

Sıra No Açıklama

P01	İnovatif ve analitik düşünerek iş hayatında oluşabilecek güncel vakalarda çözüm üretebilmek.
P02	İşletme fonksiyonları ile ilgili verileri toplamak, analiz etmek ve yorumlamak.
P03	İşletme alanında gerekli olan ekonomik kavramları bilmek ve bu kavramları ekonomik analizlerde etkin kullanmak.
P04	İşletmelerde toplam kalite ve verimlilik yönetimini bilmek ve uygulamak.
P05	İşletme kavramlarını tanımlamak, yorumlamak ve değerlendirmek.
P06	Yabancı bir dilde yazılı ve sözlü olarak iletişim kurabilmek.
P07	Sosyal ve kültürel olguların bilincinde olmak.
P08	Takım çalışmasına uyum göstermek, kişisel gelişim göstermek, iletişim ve sosyal becerileri kazanmak.
P09	İş etiği ve hukuk kurallarının bilincinde olmak.
P10	Liderlik ve girişimcilik vasıflarına sahip olmak.
P11	Günümüz iş hayatının gerektirdiği bilişim ve iletişim teknolojilerini etkin bir şekilde kullanmak.

