

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

| | | |
|--|---|---|
| Ders Adı / Course Name | SERVICES MARKETING / SERVICES MARKETING | |
| Ders Kodu / Course Code | 11320203E11819 | |
| Ders Türü / Course Type | | |
| Ders Seviyesi / Course Level | First Cycle / First Cycle | |
| Ders Akts Kredi / ECTS | 5.00 | |
| Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical) | 3.00 | |
| Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected) | 0.00 | |
| Haftalık Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory) | 0.00 | |
| Dersin Verildiği Yıl / Year | 4 | |
| Öğretim Sistemi / Teaching System | Face to Face / Face to Face | |
| Eğitim Dili / Education Language | English / English | |
| Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses | Yok | none |
| Amacı / Purpose | Hizmet pazarlaması hakkında genel bilgiler, tarihsel gelişim, kavram ve tanımlar, hizmetlerin çeşitleri ve özellikleri, hizmet pazarlaması stratejileri, hizmet pazarlama programlarının öğretilmesi dersin amacını oluşturmaktadır. | The objective of this course is to explore both concepts and techniques of marketing for an exceptionally broad range of service categories and industries. |
| İçeriği / Content | Hizmet sektörüne özgü ana ilkeler, kavramlar ve pazarlama stratejileri ders kapsamında tanıtılacaktır. Hizmet süreci ve sağlanması, müşteri sadakati, fiyatlama, iletişim çeşitli hizmet endüstrilerinde incelenecektir. Pazarlamada ele alınan 4P, hizmet sektöründe 7P'ye genişletilecek, bireysel ve grup çalışmalarıyla da hizmet pazarlamasının anlaşılması sağlanacaktır. | This course will introduce the core principles, concepts and marketing strategies specific to the services sector. It will explore service processes and delivery, customer loyalty, pricing, communications and capacity by studying businesses in a variety of service industries. We will also expand the 4 Ps concept to include 8 Ps for the services sector. The course involves both individual and group work, with an emphasis on application to provide a strong understanding of the fundamentals of services marketing. |
| Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations | Yok | none |
| Staj Durumu / Internship Status | Yok | none |

| | | |
|--|--|--|
| Kitap / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading | <ul style="list-style-type: none"> - Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). Services marketing: People, technology, strategy. World Scientific. - Adhikari, A., & Adhikari. (2020). Services Marketing Issues in Emerging Economies. Springer. •Lovelock C., "Services Marketing, 5/E", Yale University, Visiting Professor Jochen Wirtz, National University of Singapore, Prentice Hall, (2004). •Payne A., "The Essence of Services Marketing", Cranfield School of Mgt., Cranfield, UK, Prentice Hall PTR, (1993) •İlgili kitaplar ve periyodikler tavsiye edilir. | <ul style="list-style-type: none"> - Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). Services marketing: People, technology, strategy. World Scientific. - Adhikari, A., & Adhikari. (2020). Services Marketing Issues in Emerging Economies. Springer. •Lovelock C., "Services Marketing, 5/E", Yale University, Visiting Professor Jochen Wirtz, National University of Singapore, Prentice Hall, (2004). •Payne A., "The Essence of Services Marketing", Cranfield School of Mgt., Cranfield, UK, Prentice Hall PTR, (1993) • Related books and periodicals are advised. |
| Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members) | Prof. Dr. Aykan CANDEMİR | |

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

| | | |
|---|--|---|
| 1 | ÖÇ1.Müşteri ve servis sağlayıcı açısından temel terim ve ilkelerin anlaşılması, hizmet ve ürün pazarlaması arasındaki farklılıklar | LO1.To be able to understand key principles, concepts and terms associated with services marketing - including the differences between services and goods marketing, and the concept of the 8 Ps. |
| 2 | ÖÇ2.Müşteri bağlılığı, var olan müşteriyi koruma gibi değerlerin anlaşılması | LO2.To be able to construct a flowchart identifying the service processes from the customer and provider perspectives. |
| 3 | ÖÇ3.Rekabetçi konumlandırma ve hizmet pazarlaması stratejilerinin açıklanması | LO3.To be able to distinguish between levels of customer contact; and core versus supplementary service elements. |
| 4 | ÖÇ4.Üretkenlik, kalite ve hizmet sağlama konularının anlaşılması | LO4.To be able to understand the value of customer loyalty, customer retention and service recovery |
| 5 | ÖÇ5.İletişimin hizmet pazarlamasındaki yeri ve bileşenleri | LO5.To be able to explain concepts of competitive positioning and service marketing strategies. |

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

| Hafta / Week | | | | | |
|--------------|--|----------|-----|--|---------------------------|
| 1 | Teorik Dersler / Theoretical | Uygulama | Lab | Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques | Ön Hazırlık / Preliminary |
| | Hizmet Pazarlaması: Kavramlar | | | | |
| | New Perspectives on Marketing in the Service Economy. | | | | |
| 2 | Teorik Dersler / Theoretical | Uygulama | Lab | Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques | Ön Hazırlık / Preliminary |
| | Hizmetler Bağlamında Tüketici Davranışı | | | | |
| | Consumer Behavior in a Services Context | | | | |
| 3 | Teorik Dersler / Theoretical | Uygulama | Lab | Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques | Ön Hazırlık / Preliminary |
| | Rekabetçi Pazarlarda Hizmet Konumlandırma | | | | |
| | Positioning Services in Competitive Markets | | | | |
| 4 | Teorik Dersler / Theoretical | Uygulama | Lab | Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques | Ön Hazırlık / Preliminary |
| | Hizmet Ürünleri Geliştirme: Ham ürün ve Tamamlayıcı Ürünler | | | | |
| | Developing Service Products: Core and Supplementary Elements | | | | |
| 5 | Teorik Dersler / Theoretical | Uygulama | Lab | Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques | Ön Hazırlık / Preliminary |
| | Hizmet Dağıtım | | | | |
| | Distributing Services through Physical and Electronic Channels | | | | |

| | Teorik Dersler / Theoretical | Uygulama | Lab | Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques | Ön Hazırlık / Preliminary |
|----|--|----------|-----|--|---------------------------|
| 6 | Fiyatlama ve Gelir Yönetimi Uygulaması | | | | |
| | Setting Prices and Implementing Revenue Management | | | | |
| | | | | | |
| 7 | Hizmet Tutundurma | | | | |
| | Promoting Services and Educating Customers | | | | |
| | | | | | |
| 8 | Ara Sınav | | | | |
| | MIDTERM | | | | |
| | | | | | |
| 9 | Hizmet Süreci Tasarımı ve Yönetimi | | | | |
| | Designing and Managing Service Processes | | | | |
| | | | | | |
| 10 | Talep ve Üretim Kapasitesi Dengelenmesi | | | | |
| | Balancing Demand and Productive Capacity | | | | |
| | | | | | |
| 11 | Hizmet Çevresi | | | | |
| | Service Environment | | | | |
| | | | | | |

| | Teorik Dersler / Theoretical | Uygulama | Lab | Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques | Ön Hazırlık / Preliminary |
|----|---|----------|-----|--|---------------------------|
| 12 | Hizmet Üstünlüğü için İnsan Yönetimi | | | | |
| | Managing People for Service Advantage | | | | |
| | | | | | |
| 13 | İlişki Yönetimi ve Sadakat Oluşturma | | | | |
| | Managing Relationships and Building Loyalty | | | | |
| | | | | | |
| 14 | Şikâyet Karşılama | | | | |
| | Complaint Handling and Service Recovery | | | | |
| | | | | | |
| 15 | Hizmet Kalitesi ve Üretkenliği İyileştirme | | | | |
| | Improving Service Quality and Productivity | | | | |
| | | | | | |
| 16 | Final Sınavı | | | | |
| | FINAL | | | | |
| | | | | | |

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

| Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities | Sayı / Number | Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%) |
|---|---------------|--|
| Ara Sınav / Midterm Examination | 1 | 100 |
| Toplam / Total: | 1 | 100 |
| Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%): | | 40 |

| Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities | Sayı / Number | Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%) |
|---|---------------|--|
| Final Sınavı / Final Examination | 1 | 100 |
| Toplam / Total: | 1 | 100 |
| Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%): | | 60 |

| | |
|---|-----|
| Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade: | 100 |
| Değerlendirme Tipi / Evaluation Type: | |

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

| Etkinlikler / Workloads | Sayı / Number | Süresi (Saat) / Duration (Hours) | Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour) |
|---|---------------|----------------------------------|--|
| Ara Sınav / Midterm Examination | 1 | 1.00 | 1.00 |
| Final Sınavı / Final Examination | 1 | 1.00 | 1.00 |
| Derse Katılım / Attending Lectures | 14 | 3.00 | 42.00 |
| Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination | 10 | 2.00 | 20.00 |
| Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination | 15 | 2.00 | 30.00 |
| Okuma / Reading | 12 | 2.00 | 24.00 |
| Bireysel Çalışma / Self Study | 8 | 4.00 | 32.00 |
| Toplam / Total: | 61 | 15.00 | 150.00 |

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

| Öğrenme Çıktıları / Learning | Program Çıktıları / Program Outcomes | | | | | | | | | | | | |
|--|--------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---|
| | 1.1.1. | 1.1.1. | 1.1.1. | 1.1.1. | 1.1.1. | 1.1.1. | 1.1.1. | 1.1.1. | 1.1.1. | 1.1.1. | 1.1.1. | 1.1.1. | |
| 1.ÖÇ1.Müşteri ve servis sağlayıcı açısından temel terim ve ilkelerin anlaşılması, hizmet ve ürün pazarlaması arasındaki farklılıklar / LO1.To be able to understand key principles, concepts and terms associated with services marketing - including the differences between services and goods marketing, and the concept of the 8 Ps. | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 2.ÖÇ2.Müşteri bağlılığı, var olan müşteriye koruma gibi değerlerin anlaşılması / LO2.To be able to construct a flowchart identifying the service processes from the customer and provider perspectives. | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 3.ÖÇ3.Rekabetçi konumlandırma ve hizmet pazarlaması stratejilerinin açıklanması / LO3.To be able to distinguish between levels of customer contact; and core versus supplementary service elements. | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 5 | 3 |
| 4.ÖÇ4.Üretkenlik, kalite ve hizmet sağlama konularının anlaşılması / LO4.To be able to understand the value of customer loyalty, customer retention and service recovery | 4 | | | | | | | | | | | | |
| 5.ÖÇ5.İletişimin hizmet pazarlamasındaki yeri ve bileşenleri / LO5.To be able to explain concepts of competitive positioning and service marketing strategies. | 4 | | | | | | | | | | | | |

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high