

## 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	3	
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"> <li>- Wirtz, J., &amp; Lovelock, C. (2021). Services marketing: People, technology, strategy. World Scientific.</li> <li>- Adhikari, A., &amp; Adhikari. (2020). Services Marketing Issues in Emerging Economies. Springer.</li> <li>•Lovelock C., "Services Marketing, 5/E", Yale University, Visiting Professor Jochen Wirtz, National University of Singapore, Prentice Hall, (2004).</li> <li>•Payne A., "The Essence of Services Marketing", Cranfield School of Mgt., Cranfield, UK, Prentice Hall PTR, (1993)</li> <li>•İlgili kitaplar ve periyodikler tavsiye edilir.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wirtz, J., &amp; Lovelock, C. (2021). Services marketing: People, technology, strategy. World Scientific.</li> <li>- Adhikari, A., &amp; Adhikari. (2020). Services Marketing Issues in Emerging Economies. Springer.</li> <li>•Lovelock C., "Services Marketing, 5/E", Yale University, Visiting Professor Jochen Wirtz, National University of Singapore, Prentice Hall, (2004).</li> <li>•Payne A., "The Essence of Services Marketing", Cranfield School of Mgt., Cranfield, UK, Prentice Hall PTR, (1993)</li> <li>• Related books and periodicals are advised.</li> </ul>
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 Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes												
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10	1.1.11	1.1.12	1.1.13
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 müşteriyi 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