



## YAKIN DOĐU ÜNİVERSİTESİ DIŐA AÇIK DERSLER KOORDİNATÖRLÜĞÜ

Okul/Fakülte: İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLERİ FAKÜLTESİ

Bölüm/Program: PAZARLAMA - İNGİLİZCE

|                             |                    |                                 |         |
|-----------------------------|--------------------|---------------------------------|---------|
| <b>Ders Dili:</b>           | English            | <b>Ders Kodu:</b>               | MARK404 |
| <b>Ders Türkçe İsmi:</b>    | HİZMET PAZARLAMASI |                                 |         |
| <b>Ders İngilizce İsmi:</b> | SERVICES MARKETING |                                 |         |
| <b>Dersi Verecek:</b>       | Uzm. Berk TUNCALI  |                                 |         |
| <b>Dersin Türü:</b>         | SEÇMELİ            | <b>Dersin Seviyesi:</b>         |         |
| <b>Yıl</b>                  | 4                  | <b>Semester</b>                 | 8       |
| <b>Ders Kredisi:</b>        | 3                  | <b>AKTS Kredisi:</b>            | 6       |
| <b>Teori(saat/hafta):</b>   | 3,00               | <b>Uygulama(saat/hafta):</b>    | 0,00    |
|                             |                    | <b>Laboratuvar(saat/hafta):</b> | 0,00    |

**Dersin İçeriği:** This course is designed to introduce students to the concept of Services marketing, a required tool that can be applied throughout work and social environments. It focuses on building a marketing based attitudes and behaviors that will lead to creative solutions within community and organizational environments

**Öğrenme Kazanımları:** İlgili kavramları/kuramları anlayabilecek  
İlgili kavram/kuramların geçerliliğini tartışabilecek  
İlgili kavram/kuramların, gerçek hayattaki muhtemel uygulamalarını tartışabilecek ve öneriler sunabilecek  
İlgili kavram/kuramları gerçek hayata/verilen diğer durumlara/vakalara uygulayabilecek  
İlgili kavram/kuramların gerçek hayatta var olan uygulamalarını eleştirel olarak analiz edebilecek  
İlgili kavramlarla ilgili özgün bir yaklaşım geliştirebilecek  
Sunum(lara)a hazırlık  
Verilen ölçütlere göre kendi çalışmalarını değerlendirebilecek  
Verilen ölçütlere göre arkadaşlarının çalışmalarını değerlendirebilecek  
Verilen parametreler çerçevesinde yeni bir ürün geliştirebilecek/yaratabilecek  
Verilen çalışmayı bağımsızca yürütebilecek  
Verilen bir çalışma üzerinde grup halinde çalışabilecek  
İlgili kavramları sayabilecek ve açıklayabilecek  
Öğrenmenin değerini takdir edecek

**Dersin Amaçları:** İlgili kavram(lar)la alakalı farkındalık yaratmak ve bunu geliştirmek.  
Belirlenen kavram(lar)ın geçerliliğini tartışmak.  
Seçilen/belirlenen becerileri geliştirmek  
Seçilen kavramlar bağlamında öğrencilerin fikirlerini/bilgilerini/kavrayışlarını geliştirmek  
Belirlenen kavram/kuram/konularla ilgili öğrencilerle var olan bilgilerini yenilemek  
Yeniliği teşvik etmek  
Eleştirel düşüncüyü geliştirmek

**Öğrenci İş Yüğü:**

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
|                                   | Derse hazırlık<br>Ders saatleri<br>Ara sınav<br>Ara sınava hazırlık<br>Final sınavı<br>Final sınavına hazırlık<br>Sunum(lar)<br>Sunum(lara)a hazırlık<br>Proje yazımı<br>Grup çalışması<br>Sınıf içi tartışma(lar)<br>Kısa sınav(lar)<br>Kısa sınav(lar)a hazırlık<br>Ders öncesi ödev(ler)<br>Ödev(ler) |
| <b>AKTS Formülü:</b>              | 150 / 25 = 6.24  |
| <b>Kaynaklar:</b>                 | 1. Christopher Lovelock, Jochen Wirtz (2004) Services Marketing People, Technology, Strategy, Fifth Edition, Pearson, USA.<br>2. Manfred Bruhn, Dominik Georgi (2006) Services Marketing Managing the Service Value Chain, First Edition, Prentice Hall, USA.  |
| <b>Değerlendirme:</b>             | Mid-term Examination : 25%<br>Final Examination : 35%<br>Project : 15%<br>Quiz : 10%<br>Homeworks : 10%<br>Participation : 5%  |
| <b>İşe Yerleştirme(Staj):</b>     | -  |
| <b>Ön Koşul Ders Kodları:</b>     | -  |
| <b>1. Hafta (19 – 23 Eylül)</b>   | Introduction to Services Marketing   |
| <b>2. Hafta (26 – 30 Eylül)</b>   | Consumer Behaviour in Service Encounters   |
| <b>3. Hafta (3 – 7 Ekim)</b>      | Case Study   |
| <b>4. Hafta (10 – 14 Ekim)</b>    | Positioning Services in Competitive Markets  |
| <b>5. Hafta (17 – 21 Ekim)</b>    | Creating the Service Product   |
| <b>6. Hafta (24 – 28 Ekim)</b>    | Case Study   |
| <b>7. Hafta (31 - 4 Kasım)</b>    | CRM  |
| <b>8. Hafta (7 - 11 Kasım)</b>    | MIDTERM WEEK   |
| <b>9. Hafta (14 – 18 Kasım)</b>   | Designing the Communications Mix for Services  |
| <b>10. Hafta (21 – 25 Kasım)</b>  | Pricing and Revenue Management   |
| <b>11. Hafta (28 - 2 Aralık)</b>  | Case Study   |
| <b>12. Hafta (5 – 9 Aralık)</b>   | Social Media Marketing   |
| <b>13. Hafta (12 -16 Aralık)</b>  | Presentations  |
| <b>14. Hafta (19 - 23 Aralık)</b> | Presentations  |
| <b>15. Hafta (24 – 30 Aralık)</b> | FİNAL SINAVLARI HAFTASI  |
| <b>16. Hafta</b>                  | FİNAL SINAVLARI HAFTASI  |
| <b>17. Hafta</b>                  |  |
| <b>18. Hafta</b>                  |  |
| <b>19. Hafta</b>                  |  |
| <b>20. Hafta</b>                  |  |

|                  |  |
|------------------|--|
| <b>21. Hafta</b> |  |
| <b>22. Hafta</b> |  |
| <b>23. Hafta</b> |  |
| <b>24. Hafta</b> |  |
| <b>25. Hafta</b> |  |
| <b>26. Hafta</b> |  |
| <b>27. Hafta</b> |  |
| <b>28. Hafta</b> |  |

-----