|  |  |
| --- | --- |
| **ABU_KKK_01-15.jpg** | **AKTS DERS TANITIM FORMU** |
|  **I. BÖLÜM (Senato Onayı)** |
| **Dersi Açan Fakülte /YO** | *Turizm Fakültesi* |
| **Dersi Açan Bölüm** | *Turizm ve Otel İşletmeciliği* |
| **Dersi Alan Program (lar)** | *Turizm ve Otel İşletmeciliği* | *Zorunlu* |
|  |  |
|  |  |
| **Ders Kodu**  | *TRM 331* |
| **Ders Adı** | *Hizmet Pazarlaması* |
| **Öğretim dili**  | *İngilizce* |
| **Ders Türü** | *Ders* |
| **Ders Seviyesi** | *Lisans* |
| **Haftalık Ders Saati** | **Ders: 3** | **Lab:**  | **Uygulama** | **Diğer:**  |
| **AKTS Kredisi** | 5 |
| **Notlandırma Türü** | *Harf Notu* |
| **Ön koşul/lar** |  |
| **Yan koşul/lar** |  |
| **Kayıt Kısıtlaması** |  |
| **Dersin Amacı**  | *Kaliteli hizmetlerin sunulmasında ve yönetilmesinde için ortaya çıkan benzersiz zorlukları derinlemesine anlamak; bu zorluklarla başa çıkılmasında yararlanılan stratejileri ve araçları tanıtmak* |
| **Ders İçeriği**  | *Hizmet organizasyonunun gereklilikleri, pazarlama kavramlarının uygulanması, hizmet endüstrisinde yöntem ve teknikler, pazarlama fonksiyonunun idaresi, hizmet endüstrisinde reklamcılık, alan satışı, ticaret ve satış promosyonu gibi çeşitli tanıtım güçlerinin kullanılması ve sınırlandırılması* |
| **Öğrenim Çıktıları**  | **ÖÇ1** | Ürün, fiyat, yer, tanıtım, süreçler, fiziksel kanıtlar ve insanlar gibi unsurlar da dahil olmak üzere hizmet pazarlamasının kendine özgü zorluklarını açıklar |
| **ÖÇ2** | Saklama stratejileri dâhil, müşteri ilişkileri pazarlamasının (CRM), müşteri hizmetlerinde mükemmellik sağlayan bir ortam yarattığını açıklar |
| **ÖÇ2** | Müşteri sadakatini sağlamak için hizmet kalitesi ölçümleri tasarlar ve müşteri ilişkileri önerilerinin etkinliğini ve verimliliğini değerlendirir |
| **ÖÇ4** | Modern dünyada hizmet işletmelerinin özelliklerini ve kültürel etkiler dahil olmak üzere yaşadığı zorlukları tanımlar ve tartışır |
| **ÖÇ5** | Etkin bir hizmet sunumu sisteminin oluşturulması anlamında pazarlama ve diğer işletme fonksiyonları arasındaki temel bağlantıları tartışır |
| **ÖÇ6** | Hizmet pazarlaması konularına hitap eden bir ekiple etkili bir şekilde çalışır |
| **II. BÖLÜM (Fakülte Kurulu Onayı)** |  |
| **Temel Çıktılar** |  | **Program Çıktıları** | **ÖÇ1** | **ÖÇ2** | **ÖÇ3** | **ÖÇ4** | **ÖÇ5** | **ÖÇ6** |
| **PÇ1** | Türkçe ve İngilizce sözlü, yazılı ve görsel yöntemlerle etkin iletişim kurma rapor yazma ve sunum yapma **becerisi**. |  | X |  |  | X |  |
| **PÇ2** | Hem bireysel hem de disiplin içi ve çok disiplinli takımlarda etkin biçimde çalışabilme **becerisi**. | X |  |  | X |  |  |
| **PÇ3** | Yaşam boyu öğrenmenin gerekliliği **bilinci** ve bilgiye erişebilme, bilim ve teknolojideki gelişmeleri izleme ve kendini sürekli yenileme **becerisi**. |  |  | **X** | **X** |  |  |
| **PÇ4** | Proje yönetimi , risk yönetimi, yenilikçilik ve değişiklik yönetimi, girişimcilik, ve sürdürülebilir kalkınma hakkında **bilgi**. |  | **X** |  |  | **X** |  |
| **PÇ5** | Sektörler hakkında **farkındalık** ve iş planı hazırlama **becerisi** . |  |  |  | **X** | **X** |  |
| **PÇ6** | Mesleki ve etik sorumluluk **bilinci** ve etik ilkelerine uygun **davranma**. | **X** |  | **X** |  |  | **X** |
| **Fakülte/YO Çıktıları**  | **PÇ7** |  |  |  |  |  |  |  |
| **PÇ8** |  |  |  |  |  |  |  |
| **PÇ9** |  |  |  |  |  |  |  |
| **PÇ10** |  |  |  |  |  |  |  |
| **PÇ11** |  |  |  |  |  |  |  |
| **PÇ12** |  |  |  |  |  |  |  |
| **Program Çıktıları** | **PÇ13** |  |  |  |  |  |  |  |
| **PÇ14** |  |  |  |  |  |  |  |
| **PÇ15** |  |  |  |  |  |  |  |
| **PÇ16** |  |  |  |  |  |  |  |
| **PÇ17** |  |  |  |  |  |  |  |
| **PÇ18** |  |  |  |
| **III. BÖLÜM (Bölüm Kurulunda Görüşülür)** |  |
| **Öğretilen Konular, Konuların Öğrenim Çıktılarına Katkıları, ve Öğrenim Değerlendirme Metodları** | **Konu#** | **Hafta** | **Konu** | **ÖÇ1** | **ÖÇ2** | **ÖÇ3** | **ÖÇ4** | **ÖÇ5** | **ÖÇ6** |
| **K1** | *1-2* | *Hizmet pazarlamasına giriş* |  | D1 |  |  |  |  |
| **K2** | *3-4* | *Hizmet pazarlaması: müşteriyi anlamak* |  |  | D1 |  | D1 |  |
| **K3** | *5-6* | *Hizmetlerin Sunumunun Standartlaştırma ve Uyumlaştırma* |  | D1 |  |  |  | D1 |
| **K4** | 7 | Ara sınav  |  |  |  |  |  |  |
| **K5** | 8-9 | Hizmeti geliştiren ve sağlayan insanlar |  |  | D1 |  |  |  |
| **K6** | 10-11 | Hizmet pazarlamasında promosyon ve fiyatlama stratejileri | D1 | D1 |  |  |  |  |
| **K7** | 12-13 | Bireysel sunumlar |  | D4 | D4 | D4 | D4 | D4 |
| **K8** | 14 | Yarıyı sonu sınavı |  |  |  |  |  |  |
| **Öğrenim Değerlendirme Metotları,** **Ders Notuna Etki Ağırlıkları, Uygulama ve Telafi Kuralları** | **No** | **Tür**  | **Ağırlık** | **Uygulama Kuralı**  | **Telafi Kuralı** |
| **D1** | **Sınav** | *%40**%50* | *Ara sınav**Yarıyıl sonu sınavı* |  |
| **D2** | **Kısa Sınav (Quiz)** |  |  |  |
| **D3** | **Ödev** | *%10* | *Bireysel sunum* |  |
| **D4** | **Proje** |  |  |  |
| **D5** | **Rapor** |  |  |  |
| **D6** | **Sunum** |  |  |  |
| **D7** | **Katılım/Etkileşim** |  |  |  |
| **D8** | **Sınıf/Lab./Saha Çalışması**  |  |  |  |
| **D9** | **Diğer** | - |  |  |
| **TOPLAM** | **%100** |
| **Öğrenim Çıktılarının Kazanılmasının Kanıtı** | **Öğrenciler, öğrenim çıktılarını yapacakları bireysel ve grup sunumlarıyla gösterecektir.** |
| **Harf Notu Belirleme Metodu** | Öğrenciler, aşağıdaki kriterlere göre puan kazanacaklardır:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Bireysel sunum | (1x10 puan) | 10 puan |
| Ara sınav | (1 x 40 puan) | 40 puan |
| Yarıyıl sonu sınavı | (1 x 50 puan) | 50 puan |
| Toplam |  | 100 puan |

Harf notu öğrencinin aldığı puana göre aşağıdaki kriterler göz önünde bulundurularak hesaplanır:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Toplam Puan | 100 | 100-90 | 89-87 | 86-84 | 83-80 | 79-77 | 76-74 | 73-70 | 69-67 | 66-64 | 63-60 | 59-0 |
| Harf Notu | A+ | A | A- | B+ | B | B- | C+ | C | C- | D+ | D | F |
| Rakam  | 4.00 | 4.00 | 3.70 | 3.30 | 3.00 | 2.70 | 2.30 | 2.00 | 1.70 | 1.30 | 1.00 | 0.00 |

 |
| **Öğretim Metodları, Tahmini Öğrenci Yükü** | **No** | **Tür** | **Açıklama** | **Saat** |  |
| **Öğretim elemanı tarafından uygulanan süre** |
| **1** | **Sınıf Dersi** | Bu ders, ders anlatımı, öğrencilerin bireysel ve grup sunumlarından oluşmaktadır. Tüm derslere, bireysel sunumlara ve grup projesi sunularına devam etmesi öğrencilerin başarısını belirleyeceğinden dersi takip etmek ve derslere katılmak gereklidir. | 12x3 = 36 |
| **2** | **Etkileşimli Ders** | Öğrenciler proje sunumu yapacaktır | 3x2 = 6 |
| **3** | **Problem Dersi**  |  | 0 |
| **4** | **Laboratuvar**  |  | 0 |
| **5** | **Uygulama** |  | 0 |
| **6** | **Saha Çalışması** |  | 0 |
| **Öğrencinin ayırması beklenen tahmini süre** |
| **6** | **Proje** |  |  |
| **7** | **Ödev** | Öğrenciler, talep tahmini ve ekonomik etki tahminiyle ilgili analitik derslerin ardından rapor hazırlar ve gönderir. Sınıf içindeki bazı ıygulamalar da ödev konusu haline gelebilir. | 6x3 =1 8 |
| **8** | **Derse Hazırlık**  | Öğrenciler ders öncesi ilgili konuyla alakalı bölümü ve akademik yayınlar okuyacaktır | 12x2 = 28 |
| **9** | **Ders Tekrarı** | Öğrenciler ders sonrası ilgili konuyla alakalı bölümü ve akademik yayınlar okuyacaktır | 12x2 = 24 |
| **10** | **Studyo** |  | 0 |
| **11** | **Ofis Saati** | Her öğrenci bireysel ve takım çalışmaları için öğretim üyesi ile biraraya gelmeli. | 14x2 = 28 |
| *TOPLAM* | * *136*
 |
| **IV. BÖLÜM** |
| **Öğretim Elemanı** | **İsim** | Prof. Dr. Fatma Bike KOCAOĞLU |
| **E-mail** | fatma.bike@antalya.edu.tr |
| **Tel** | *-* |
| **Ofis** | * *0 242 245 0000 – 2286*
 |
| **Görüşme saatleri** | *TBA* |
| **Ders Materyalleri** | **Zorunlu** | *Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., Gremler, D.D., Mahaffey, T., & Hiltz, B. . Services marketing: Integrating customer focus across the firm. 6th Edition. Toronto, ON: McGraw-Hill Ryerson Limited, 2013.**Type: ISBN: 978-0-07-811205-8* |
|  | **Önerilen** |  |
| **Diğer** | **Akademik Dürüstlük** |  |
| **Engelli Öğrenciler** |  |
| **Güvenlik Konuları**  |  |
| **Esneklik** | Öğretim elemanı sınıfın ihtiyaçları doğrultusunda ders kapsamında değişiklik yapma hakkını saklı tutar. |