



بسم الله الرحمن الرحيم

طرح درس اصول مدیریت و بازاریابی خدمات

تاریخ به روز رسانی: مهر ۱۴۰۴

دانشکده گردشگری

نیمسال اول سال تحصیلی ۴۰۴-۴۰۵

نام درس	فارسی: اصول مدیریت و بازاریابی خدمات		تعداد واحد: نظری ۲	مقطع: کارشناسی ارشد
	لاتین: Foundations of Services Management and Marketing		پیش نیازها و هم نیازها:	
مدرس/مدرسین: دکتر زهره کیانی فیض آبادی		شماره تلفن اتاق: ۳۱۵۳۵۵۸۴		
پست الکترونیکی: zkiani@semnan.ac.ir		منزلگاه اینترنتی:		
برنامه تدریس در هفته و شماره کلاس: شنبه ۱۳-۱۵				
اهداف درس: آشنایی با ویژگی‌های خدمات؛ چالش‌ها و راهبردهای مدیریت و بازاریابی کسب و کارهای خدماتی با تاکید بر صنعت گردشگری؛ چارچوبهای ارتقا عملکرد و کیفیت خدمات در راستای بهبود تجربه مشتری				
امکانات آموزشی مورد نیاز:				
نحوه ارزشیابی	فعالیت‌های کلاسی و آموزشی	ارزشیابی مستمر(کوئیز)	امتحان میان ترم	امتحان پایان ترم
درصد نمره	٪۱۵	٪۲۵		٪۶۰
منابع و مآخذ				Jochen Wirtz(2023). Essentials of Services Marketing Simon Hudson & Louise Hudson(2022). Customer Service for Hospitality and Tourism

بودجه‌بندی درس

هفته	مبحث	توضیحات
۱	مقدمه، ورود به بحث	ویژگی‌های خدمات. جایگاه خدمات در اقتصاد. خدمات در گردشگری
۲	آشنایی با اکوسیستم خدماتی گردشگری	زنجیره ارزش و شبکه خدمات. ارزش آفرینی در سفر
۳	گردشگر: قلب سیستم گردشگری	نوع‌شناسی و بخش‌بندی. انتظارات. عوامل موثر
۴	آمیخته بازاریابی خدمات	هفت P
۵	فرایند خدمت	طراحی خدمت. ارائه. نقاط شکست. پشتیبانی. ...
۶	محیط خدمت	سرویس اسکپ. شواهد ملموس
۷	کیفیت خدمت	سیر تکامل. نظریات. مدل شکاف خدمت
۸	بازیابی خدمت	راهبردها. قابلیت‌ها
۹	نیروی انسانی در خدمات	بازاریابی داخلی. توانمندسازی. رضایت. نگهداشت.
۱۰	تقاضا و مدیریت ظرفیت	الگوها و عوامل تاثیرگذار. راهبردهای مدیریت روندها.
۱۱	ابعاد انسانی تجربه سفر	تجربه خدمات سفر فراتر از برخورد های خدماتی
۱۲	برند خدمات	طراحی برند. آمیخته ارتباطات. بازاریابی خدمت ناملموس
۱۳	ارزشیابی مستمر	ارزشیابی دانشجویان
۱۴	مطالعه موردی	بررسی نمونه‌های موفق و ناموفق
۱۵	مرور و جمع‌بندی	
۱۶	آزمون پایانی	