

Sağlık Bilimleri Enstitüsü / Sağlık Yönetimi Doktora Programı
2023 - 2024 Eğitim Öğretim Yılı
SAĞLIK HİZMETLERİ PAZARLAMASI VE MARKA YÖNETİMİ
Syllabus

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
SAĞLIK HİZMETLERİ PAZARLAMASI VE MARKA YÖNETİMİ	SAYD1267540	Bahar Dönemi	3+0	3	8
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Doktora				
Dersin Türü	Programa Bağlı Seçmeli				
Dersin Koordinatörü	Prof.Dr. Serhat YÜKSEL				
Dersi Verenler	Prof.Dr. Serhat YÜKSEL				
Dersin Yardımcıları	Arş. Gör. Yaşar GÖKALP				
Dersin Amacı	Pazarlama kavramı ve tanımı, tarihsel süreçte pazarlama yaklaşımları ve güncel uygulamaları aktarmak; temel işletme fonksiyonlarından biri olan pazarlamayı sağlık sektörüne özgü dinamikler ile beraber ele almak ve sağlık yöneticilerine stratejik pazarlama ve marka yönetimi becerileri kazandırmaktır.				
Dersin İçeriği	Bu ders; Pazarlama kavramı ve tanımı, Pazarlama anlayışları ve sağlık hizmetleri pazarlaması, Sağlık kurumlarında pazarlama süreçleri, Tüketici davranışları, Pazar araştırması, Ürün geliştirme stratejileri, Fiyatlandırma stratejileri, Ara Sınav, Tutundurma, Dağıtım, Stratejik pazarlama planı, Marka kavramı ve önemi, Marka yönetimi, Genel tekrar; konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Kazanımları				Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri
2-Pazarlama anlayışlarını				10, 16, 9	A
Bu dersin sonunda öğrenciler;				10, 16, 9	A
1-Pazarlama kavramı ve tanımlarını				10, 16, 9	A
3-Sağlık hizmetlerinin özelliklerini				10, 16, 9	A
4- Sağlık hizmetlerine özgü pazarlama süreçlerini				10, 16, 9	A
5- Tüketici davranışlarını				10, 16, 9	A
6-Hasta/Müşterilerin sağlık hizmetleri pazarlamasındaki rolünü				10, 16, 9	A
7- Stratejik pazarlama planı oluşturmayı öğreneceklerdir.				10, 16, 9	A
Öğretim Yöntemleri	10: Tartışma Yöntemi, 16: Soru - Cevap Tekniği , 9: Anlatım Yöntemi				
Ölçme Yöntemleri	A: Klasik Yazılı Sınav				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
1	Pazarlama kavramı ve tanımı	Konuyla ilgili örnek vakaların incelenmesi			
2	Pazarlama anlayışları ve sağlık hizmetleri pazarlaması	Konuyla ilgili örnek vakaların incelenmesi			
3	Sağlık kurumlarında pazarlama süreçleri	Konuyla ilgili örnek vakaların incelenmesi			
4	Tüketici davranışları	Konuyla ilgili örnek vakaların incelenmesi			
5	Pazar araştırması	Konuyla ilgili örnek vakaların incelenmesi			
6	Ürün geliştirme stratejileri	Konuyla ilgili örnek vakaların incelenmesi			
7	Fiyatlandırma stratejileri	Konuyla ilgili örnek vakaların incelenmesi			
8	Ara Sınav	Konuyla ilgili örnek vakaların incelenmesi			
9	Tutundurma	Konuyla ilgili örnek vakaların incelenmesi			
10	Dağıtım	Konuyla ilgili örnek vakaların incelenmesi			
11	Stratejik pazarlama planı	Konuyla ilgili örnek vakaların incelenmesi			
12	Marka kavramı ve önemi	Konuyla ilgili örnek vakaların incelenmesi			
13	Marka yönetimi	Konuyla ilgili örnek vakaların incelenmesi			
14	Genel tekrar	Konuyla ilgili örnek vakaların incelenmesi			
Değerlendirme Yöntemleri		Sınava Katkısı			
Ara Sınav		50			
Genel Sınav		50			

Kaynaklar
1-Tengilimoğlu, D. (2011). Sağlık Hizmetleri Pazarlaması, Siyasal Kitabevi.
2-Thomas, R. K. (2008). Health services marketing: a practitioner's guide. Springer Science & Business Media.
3- Fortenberry, J. L. (2009). Health care marketing: tools and techniques. Jones & Bartlett Learning.