

| Dersin Tanımı | | | | | |
|---|---|--------------------------|---------------------------|-------------------------|------|
| Adı | Kodu | Yarıyıl | T+U Saat | Kredi | AKTS |
| SAĞLIK HİZMETLERİNDE MODERN PAZARLAMA | HMYL1111848 | Güz Dönemi | 3+0 | 3 | 8 |
| Ön Koşul Dersleri | | | | | |
| Önerilen Seçmeli Dersler | Sağlıkta Etik ve Sosyal Sorumluluk, Değişim Yönetimi ve Liderlik, Sağlık Turizmi | | | | |
| Dersin Dili | İngilizce | | | | |
| Dersin Seviyesi | Yüksek Lisans | | | | |
| Dersin Türü | Programa Bağlı Seçmeli | | | | |
| Dersin Koordinatörü | Prof.Dr. Yeter USLU | | | | |
| Dersi Verenler | Prof.Dr. Serhat YÜKSEL | | | | |
| Dersin Yardımcıları | Arş. Gör. Büşra AYDINLI | | | | |
| Dersin Amacı | İşletmelerin temel fonksiyonlarından birisi olan pazarlama alanını sağlık sektörüne özel dinamikleri ile ele alarak, sağlık sektöründe pazarlamanın tekniği ve uygulamaları konusunda temel teorik bilgileri sunulurken uygulamada gereksinim duyulacak bilgi ve beceriyi edindirmekle beraber, sağlık yöneticisinin sağlık pazarlamasındaki etkin rol ve konumunun benimsenmesi, stratejik pazarlama planı hazırlayabilecek yetilerin kazandırılması hedeflenmektedir. | | | | |
| Dersin İçeriği | Bu ders; Pazarlama kavramının örneklerle açıklanması,Sağlık hizmetleri pazarlamasının gelişimi, Hizmetlerin özellikleri hizmet sektörünün gelişimi ve sağlık hizmetlerinin özellikleri,Sağlık Hizmetlerinde müşteri kavramı ve tüketici davranışları,Pazarlama bilgi sistemleri ve pazarlama araştırması,Pazar bölümlenme, hedef pazar seçimi, konumlandırma, Stratejik pazarlama planlaması ve büyüme stratejileri,Ürün ve ürün geliştirme stratejileri,Fiyat ve fiyatlandırma stratejileri,Tutundurma ve tutundurma politikaları, Dağıtım, dağıtım kanalları ve talep yönetimi,Katılımcılar, fiziksel kanıtlar ve süreç yönetimi,Sağlık Hizmetlerinde Marka, Markalaşma Ve İtibar Yönetimi,Sağlıkta Yeni Medya ve Dijital Pazarlamaya Genel Perspektiften Bakış,Sağlıkta Hizmetlerinde Pazarlama, Markalama ve Yeni Medya,Genel değerlendirme ve tekrar; konularını içermektedir. | | | | |
| Dersin Öğrenme Kazanımları | | | Öğretim Yöntemleri | Ölçme Yöntemleri | |
| 1.Sağlık Hizmetleri Pazarlamasında, pazarlama teknik ve uygulamaları temel bilgilerini öğrenir, kavram ve terminolojiye hâkim olur. | | | 10, 16, 9 | A, E | |
| 3.Stratejik pazarlama planı oluşturur, uygular ve değerlendirir. | | | 10, 16, 9 | A, E | |
| 4.Sağlık yöneticisinin sağlık pazarlamasındaki etkin rol ve konumunu benimser. | | | 10, 16, 9 | A, E | |
| 5.Sağlık tüketicilerinin karar verme süreci ve bölümlendirilebilmesini kavrar. | | | 10, 16, 9 | A, E | |
| 2. Sağlık hizmetlerinde pazarlamayı teşvik eden güçleri sıralar ve çevresel unsurların pazarlama ile olan ilişkilerini bilir. | | | 10, 16, 9 | A, E | |
| 6. Sağlık hizmetlerinde pazarlama karmaşasını sayar. | | | 10, 16, 9 | A, E | |
| 7. Sağlık kurumlarında pazarlamanın ayırt edici özelliklerini sıralar. | | | 10, 16, 9 | A, E | |
| 8. Müşteri ilişkileri Yönetimi temel kavram ve yöntemlerini açıklar. | | | 10, 16, 9 | A, E | |
| 9. Müşteri veritabanlarını ve müşteri portföylerini yönetir. | | | 10, 16, 9 | A, E | |
| Öğretim Yöntemleri | 10: Tartışma Yöntemi, 16: Soru - Cevap Tekniği , 9: Anlatım Yöntemi | | | | |
| Ölçme Yöntemleri | A: Klasik Yazılı Sınav, E: Ödev | | | | |
| Ders Akışı | | | | | |
| Sıra | Konular | Ön Hazırlık | | | |
| 1 | Pazarlama kavramının örneklerle açıklanması | Ders notlarının okunması | | | |
| 2 | Sağlık hizmetleri pazarlamasının gelişimi, Hizmetlerin özellikleri hizmet sektörünün gelişimi ve sağlık hizmetlerinin özellikleri | Ders notlarının okunması | | | |
| 3 | Sağlık Hizmetlerinde müşteri kavramı ve tüketici davranışları | Ders notlarının okunması | | | |
| 4 | Pazarlama bilgi sistemleri ve pazarlama araştırması | Ders notlarının okunması | | | |
| 5 | Pazar bölümlenme, hedef pazar seçimi, konumlandırma, Stratejik pazarlama planlaması ve büyüme stratejileri | Ders notlarının okunması | | | |
| 6 | Ürün ve ürün geliştirme stratejileri | Ders notlarının okunması | | | |
| 7 | Fiyat ve fiyatlandırma stratejileri | Ders notlarının okunması | | | |
| 8 | Tutundurma ve tutundurma politikaları | Ders notlarının okunması | | | |
| 9 | Dağıtım, dağıtım kanalları ve talep yönetimi | Ders notlarının okunması | | | |
| 10 | Katılımcılar, fiziksel kanıtlar ve süreç yönetimi | Ders notlarının okunması | | | |
| 11 | Sağlık Hizmetlerinde Marka, Markalaşma Ve İtibar Yönetimi | Ders notlarının okunması | | | |
| 12 | Sağlıkta Yeni Medya ve Dijital Pazarlamaya Genel Perspektiften Bakış | Ders notlarının okunması | | | |
| 13 | Sağlıkta Hizmetlerinde Pazarlama, Markalama ve Yeni Medya | Ders notlarının okunması | | | |
| 14 | Genel değerlendirme ve tekrar | Ders notlarının okunması | | | |
| Değerlendirme Yöntemleri | | Sınav Katkısı | | | |
| Ara Sınav | | 50 | | | |
| Genel Sınav | | 50 | | | |

Kaynaklar

Öğretim üyesinin notları1. Tengilimoğlu, Dilaver, Sağlık Hizmetleri Pazarlaması, 2. Baskı, Ankara, 2012 2. Sağlık Hizmetlerinin Pazarlaması ve Reklamın Etkileri, Yrd.Doç.Dr. Sefer Gümüş, Derya Toy, Hiperlink Yayınları 3. Sağlık Hizmetleri Pazarlaması, Nevin Altuğ- Şeniz Özhan, Paradigma Akademi 4. Sağlık Sektöründe Uygulanan Güncel Pazarlama Yaklaşımları, Abdulvahap Baydaş, Fuat Yalman, Kriter Yayınevi.