

Eczacılık Fakültesi / Eczacılık Programı
2021 - 2022 Eğitim Öğretim Yılı
İLAÇTA PAZARLAMA
Ders Tasarımı (Syllabus)

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
İLAÇTA PAZARLAMA	ECF5110174	Güz Dönemi	2+0	2	3
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Lisans				
Dersin Türü	Programa Bağlı Seçmeli				
Dersin Koordinatörü	Prof.Dr. Gülden Zehra OMURTAG				
Dersi Verenler	Öğr.Gör. Serkan Aykut ADALMAZ				
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	İlaçta pazarlama ve satışın temel prensipleri yanında, pazarlama ve satış personelleri hakkında temel bilgileri öğretmek, öğrencilere ilacın pazarını yapılandırabilecekleri gerekli bilgi ve becerileri kazandırmaktır.				
Dersin İçeriği	Bu ders; 1. Pazarlama ve Satış Nedir,2. İlaçta Ürün Yaşam Döngüsü (Eğilimler, Tanımlama, Onay ve İzleme),3. Yeni Ürün Geliştirme (Ar-Ge) ve Pazarda Büyüme Stratejileri,4. Pazarlama-Satış Personelleri ve Görevleri,5. Fiyatlandırma,6. İlaçta Marka ve Patent,7. İlaçta Tanıtım ve Tutundurma Faaliyetleri,8. Pazarlama ve Etik,9. İlaç ve Sürdürülebilirlikteki Rolü,10. Eczane ve Tasarımı,11. İlaç Sektöründe Pazarlama ve Satış Gücü,12. İlaç Pazarlama ve Satışında İletişimin Önemi,13. Takım Oyunu Olarak Satış ve Pazarlama,14. İlaç Pazarlama Bilgi Sistemleri (IMS, Medula, RxMedia); konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Çıktıları			Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri	
Bu dersin sonunda öğrenci;			12, 15, 4, 8		
1. İlacın piyasadaki pazarını yapılandırabilecektir.			1, 14		
1.1. Ürünün yaşam döngüsünü çözümler.			1, 22	A	
1.2. Ürünün pazar araştırmasını rapor eder.			15, 22	A	
1.3. Ürüne, pazarda büyüme stratejileri belirler.			1, 22	A	
1.4. Ürüne, piyasaya en uygun fiyatlandırmayı belirler.			1, 16, 22	A	
2. İlaç sektöründe pazarlama ve satış tasarlayabilecektir.			1, 22	A	
2.1. Piyasada ilacın pazarlama ve satış gücünü yönetir.			1, 22	A	
2.2. Satış ve pazarlamada takım oyununu yönetir.			1, 22	A	
3. İlaç pazarlama bilgi sistemlerini kullanabilecektir.			1, 22	A	
3.1. RxMedia'yi tanıır.			1, 22	A	
3.2. Medula'ya tanıır.			1, 22	A	
3.3. IMS'yi tanıır.			1, 22	A	
Öğretim Yöntemleri	1: Anlatım, 12: Örnek Olay, 14: Bireysel Çalışma, 15: Problem Çözme, 16: Proje Temelli Öğrenme, 22: probleme dayalı öğrenme, 4: Alıştırma ve Uygulama, 8: Grup Çalışması				
Ölçme Yöntemleri	A: Yazılı sınav				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
1	1. Pazarlama ve Satış Nedir				
2	2. İlaçta Ürün Yaşam Döngüsü (Eğilimler, Tanımlama, Onay ve İzleme)				
3	3. Yeni Ürün Geliştirme (Ar-Ge) ve Pazarda Büyüme Stratejileri				
4	4. Pazarlama-Satış Personelleri ve Görevleri				
5	5. Fiyatlandırma				
6	6. İlaçta Marka ve Patent				
7	7. İlaçta Tanıtım ve Tutundurma Faaliyetleri				
8	8. Pazarlama ve Etik				
9	9. İlaç ve Sürdürülebilirlikteki Rolü				
10	10. Eczane ve Tasarımı				
11	11. İlaç Sektöründe Pazarlama ve Satış Gücü				
12	12. İlaç Pazarlama ve Satışında İletişimin Önemi				
13	13. Takım Oyunu Olarak Satış ve Pazarlama				
14	14. İlaç Pazarlama Bilgi Sistemleri (IMS, Medula, RxMedia)				
Kaynaklar					
Ders notu öğrenciye verilecektir.					