

## Sağlık Bilimleri Fakültesi / Sağlık Yönetimi Programı (İngilizce)

2023 - 2024 Eğitim Öğretim Yılı

## SAĞLIK HİZMETLERİ PAZARLAMASI

## Syllabus

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
SAĞLIK HİZMETLERİ PAZARLAMASI	HM2266730	Bahar Dönemi	2+0	2	3
<b>Ön Koşul Dersleri</b>					
<b>Önerilen Seçmeli Dersler</b>	Sağlıkta Etik ve Sosyal Sorumluluk, Değişim Yönetimi ve Liderlik, Sağlık Turizmi				
<b>Dersin Dili</b>	İngilizce				
<b>Dersin Seviyesi</b>	Lisans				
<b>Dersin Türü</b>	Zorunlu				
<b>Dersin Koordinatörü</b>	Dr.Öğr.Üye. Tuba DÜZCÜ				
<b>Dersi Verenler</b>	Dr.Öğr.Üye. İPEK EROĞLU				
<b>Dersin Yardımcıları</b>	Arş. Gör. Yaşar Gökalp				
<b>Dersin Amacı</b>	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 edinirmekle beraber, sağlık yöneticisinin sağlık pazarlamasındaki etkin rol ve konumunun benimsenmesi, stratejik pazarlama planı hazırlayabilecek yetilerin kazandırılması hedeflenmektedir.				
<b>Dersin İçeriği</b>	Bu ders; Derse giriş, tanışma, ders tanıtımı, içeriği, amaçları, pazarlama kavramı, 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.				
<b>Dersin Öğrenme Kazanımları</b>	<b>Öğretim Yöntemleri</b>	<b>Ölçme Yöntemleri</b>			
1. Sağlık Hizmetleri Pazarlamasında, pazarlama teknik ve uygulamaları temel bilgilerini öğrenir, kavram ve terminolojiye hâkim olur.	10, 13, 16, 9	A, E			
3. Stratejik pazarlama planı oluşturur, uygular ve değerlendirir.	10, 13, 16, 9	A, E			
4. Sağlık yöneticisinin sağlık pazarlamasındaki etkin rol ve konumunu benimser.	10, 13, 16, 9	A, E			
5. Sağlık tüketicilerinin karar verme süreci ve bölümlendirilebilmesini kavrar.	10, 13, 16, 9	A, E			
2. Sağlık hizmetlerinde pazarlamayı teşvik eden güçleri sıralar ve çevresel unsurların pazarlama ile olan ilişkilerini bilir.	10, 13, 16, 9	A, E			
6. Sağlık hizmetlerinde pazarlama karmaşasını sayar.	10, 13, 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.	13, 16, 9				
9. Müşteri veritabanlarını ve müşteri portföylerini yönetir.	13, 16, 9				
<b>Öğretim Yöntemleri</b>	10: Tartışma Yöntemi, 13: Örnek Olay Yöntemi, 16: Soru - Cevap Tekniği, 9: Anlatım Yöntemi				
<b>Ölçme Yöntemleri</b>	A: Klasik Yazılı Sınav, E: Ödev				
<b>Ders Akışı</b>					
<b>Sıra</b>	<b>Konular</b>	<b>Ön Hazırlık</b>			
1	Derse giriş, tanışma, ders tanıtımı, içeriği, amaçları, pazarlama kavramı	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			
<b>Değerlendirme Yöntemleri</b>	<b>Sınav Katkısı</b>				
Ara Sınav	40				
Genel Sınav	60				

**Kaynaklar**

- Öğretim üyesinin notları. 1. Tengilimoğlu, Dilaver, Sağlık Hizmetleri Pazarlaması, 2. Baskı, Ankara, 2012
- Sağlık Hizmetlerinin Pazarlaması ve Reklamın Etkileri, Yrd.Doç.Dr. Sefer Gümüş, Derya Toy, Hiperlink Yayınları
- Sağlık Hizmetleri Pazarlaması, Nevin Altuğ- Şeniz Özhan, Paradigma Akademik
- Sağlık Sektöründe Uygulanan Güncel Pazarlama Yaklaşımları, Abdulvahap Baydaş, Fuat Yalman, Kriter Yayınevi.