

Sağlık Bilimleri Fakültesi / Sağlık Yönetimi Programı (İngilizce)

2019 - 2020 Eğitim Öğretim Yılı

SAĞLIK HİZMETLERİ PAZARLAMASI

Ders Tasarımı (Syllabus)

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
SAĞLIK HİZMETLERİ PAZARLAMASI	HM2266730	Bahar Dönemi	2+0	2	3
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler	Sağlıkta Etik ve Sosyal Sorumluluk, Değişim Yönetimi ve Liderlik, Sağlık Turizmi				
Dersin Dili	İngilizce				
Dersin Seviyesi	Lisans				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü	Doç.Dr. Gökhan AYDIN				
Dersi Verenler	Doç.Dr. Ayşen AKYÜZ				
Dersin Yardımcıları					
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 edinirmekle beraber, sağlık yöneticisinin sağlık pazarlamasındaki etkin rol ve konumunun benimsenmesi, stratejik pazarlama planı hazırlayabilecek yetilerin kazandırılması hedeflenmektedir.				
Dersin İçeriği	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, Toplam Kalite Yönetimi, müşteri tatmini ve memnuniyeti, Sağlık hizmetleri pazarlamasında yeni yaklaşımlar: ilişki pazarlaması (ilişkisel pazarlama) ve pazarlama etiği, Markalaşma ve marka yönetimi, Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM); konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Çıktıları			Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri	
1. Sağlık Hizmetleri Pazarlamasında, pazarlama teknik ve uygulamaları temel bilgilerini öğrenir, kavram ve terminolojiye hâkim olur.			1, 12, 2, 3	A, C	
3. Stratejik pazarlama planı oluşturur, uygular ve değerlendirir.			1, 12, 2, 3	A, C	
4. Sağlık yöneticisinin sağlık pazarlamasındaki etkin rol ve konumunu benimser.			1, 12, 2, 3	A, C	
5. Sağlık tüketicilerinin karar verme süreci ve bölümlendirilebilmesini kavrar.			1, 12, 2, 3	A, C	
2. Sağlık hizmetlerinde pazarlamayı teşvik eden güçleri sıralar ve çevresel unsurların pazarlama ile olan ilişkilerini bilir.			1, 12, 2, 3	A, C	
6. Sağlık hizmetlerinde pazarlama karmaşasını sayar.			1, 12, 2, 3	A, C	
7. Sağlık kurumlarında pazarlamanın ayırt edici özelliklerini sıralar.			1, 2, 3	A, C	
8. Müşteri ilişkileri Yönetimi temel kavram ve yöntemlerini açıklar.			1, 12, 2		
9. Müşteri veritabanlarını ve müşteri portföylerini yönetir.			1, 12, 2		
Öğretim Yöntemleri	1: Anlatım, 12: Örnek Olay, 2: Soru - Cevap, 3: Tartışma				
Ölçme Yöntemleri	A: Yazılı sınav, C: Ödev				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
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	Toplam Kalite Yönetimi, müşteri tatmini ve memnuniyeti	Ders notlarının okunması			
12	Sağlık hizmetleri pazarlamasında yeni yaklaşımlar: ilişki pazarlaması (ilişkisel pazarlama) ve pazarlama etiği,	Ders notlarının okunması			
13	Markalaşma ve marka yönetimi	Ders notlarının okunması			
14	Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM)	Ders notlarının okunması			
Kaynaklar					
Öğretim üyesinin notları 1. Tengilimoğlu, Dilaver, Sağlık Hizmetleri Pazarlaması, 2. Baskı, Ankara, 2012					
2. Öztürk Sevgi Ayşe, Hizmet Pazarlaması, Eskişehir, 2009					
3. Karafakioğlu, Mehmet, Sağlık Hizmetleri Pazarlaması, İstanbul, 1998.					
3. Karafakioğlu, Mehmet, Pazarlama İlkeleri, Literatür, 2005					