Ders İzlencesi

Ders Kodu - Ders Adı	**PZL108U - Sağlık Hizmetleri Pazarlaması**
Ders Türü	II.Yarıyıl
Teori + Uygulama	0+0
AKTS	**5.0**
Ders Dili	Türkçe
Ders Türü	Alan Dışı Seçmeli Dersler

Dersin Veriliş Biçimi	Uzaktan eğitim
Önkoşullar	Bu dersin önkoşulu ya da eş koşulu bulunmamaktadır.
Önerilen Dersler	Bu dersle ilişkili önerilen başka dersler bulunmamaktadır.
Önerilen Kaynaklar	Bu dersle ilgili eğitsel ve sektörel yayınlar
Staj & Uygulama	Bu ders için staj veya uygulama yoktur.

Ders İzlencesi

Haftalar	Öğrenme Çıktıları	Konular	Öğretim Yöntemleri
1. hafta		Sağlık Hizmetlerinde Pazarlamanın Önemi ve Geçmişi: Giriş; Pazarlamanın Tanımı ve Özellikleri; Pazarlamanın Amacı; Pazarlama Talep İlişkisi; Pazarlama Anlayışındaki Gelişmeler; Sağlık Hizmetlerinde Pazarlamanın Geçmişi; Sağlık Hizmetleri Neden Farklıdır; Sağlık Hizmetlerinde Pazarlamanın Önem Kazanmasına Neden Olan Gelişmeler; Sağlık Hizmetlerinde Pazarlamanın Nedenleri; Sağlık Hizmetlerinde Pazarlamanın Önündeki Engeller; Pazarlama İle İlgili Eleştiriler.	
2. hafta		Sağlık Hizmetlerinde Tüketici Davranışları: Giriş; Tüketici, Müşteri ve Hasta Kavramları; Tüketici Davranışının Anlamı ve Temel Kavramlar; Tüketici Karar Verme Süreci; Sağlık Hizmetleri Pazarında Pazar Bölümlendirme ve Talep Yönetimi; Tüketicilerin Sınıflandırılması ve Tüketici Davranışını Etkileyen Temel Faktörler; Tüketici Satın Alma Davranışının Türleri; Sağlık Hizmetlerinde Hasta Memnuniyeti ve Ölçümü.	
3. hafta		Sağlık Hizmetlerinde Stratejik Pazarlama Yönetimi ve Planlaması: Giriş; Stratejik ve stratejik yönetim, Stratejik yönetim, Stratejik yönetim süreci, Sağlıkta stratejik yönetim ve modelleri, Stratejik planlama, Stratejik düşünme ve stratejik planlama, Stratejik planlama süreci.	
4. hafta		Sağlık Hizmetlerinde Stratejik Pazarlama Yönetimi ve Planlaması: Stratejik Pazarlama Planlaması ve Süreci.	
5. hafta		Sağlık Hizmetlerinde Pazarlama Bilgi Sistemleri ve Pazarlama Araştırmaları: Giriş; Pazarlama Bilgi İhtiyacı ve Bilgi Sistemi; Sağlık Hizmetlerinde Pazarlama Bilgi Sistemi; Pazarlama Araştırmasının Anlamı ve Önemi; Sağlık Hizmetlerinde Pazarlama Araştırması.	

Ders İzlencesi

Haftalar	Öğrenme Çıktıları	Konular	Öğretim Yöntemleri
6. hafta		Sağlık Hizmetlerinde Pazarlama Bilgi Sistemleri ve Pazarlama Araştırmaları: Pazarlama Araştırması ve Pazarlama Bilgi Sistemi İlişkisi; Pazarlama Araştırmalarının Uygulama Alanları ve Türleri; Pazarlama Araştırma Süreci.	
7. hafta		Ara Sınav	
8. hafta		Sağlık Hizmetlerinde Pazar Bölümlendirme, Konumlandırma ve Büyüme Stratejileri: Giriş; Pazar Bölümlendirme; Pazar Hedefleme ve Konumlandırma; Büyüme Stratejileri.	
9. hafta		Sağlık Hizmetlerinde Ürün Geliştirme ve Fiyatlandırma Stratejileri: Giriş; Ürün Kavramı ve Sınıflandırılması; Sağlık Hizmetlerinin Sınıflandırılması; Sağlık Kurumları İçin Ürün/Hizmet Karması; Yeni Mamul ve Hizmet Geliştirme Süreci; Yeni Ürünlerin Başarısızlık Nedenleri; Tüketici Kabul Süreci; Sağlık Hizmetlerinde Ürün Yaşam Seyri; Ürün Yaşam Seyrini Değiştirmek; Sağlık Hizmetlerinde Fiyatlandırma; Fiyatlandırma Kararlarını Etkileyen Faktörler; Fiyatlandırma Süreci; Fiyatlandırmanın Amaçları; Temel Fiyatlandırma Yöntemleri; Fiyatlandırma Stratejileri; Sağlık Hizmetlerinde Fiyatlandırma Uygulamaları.	
10. hafta		Sağlık Kurumlarında Dağıtım ve Tutundurma: Giriş; Dağıtım ve Dağıtım Kanalları; Dağıtım Kanallarının Faydaları; Dağıtım Kanalı Alternatifleri ve Dağıtım Kanalı Seçiminde Etkili Olan Faktörler; Ürün Açısından Dağıtım Kanalı Alternatifleri; Tüketim Mallarında Dağıtım Kanalı Alternatifleri.	
11. hafta		Sağlık Kurumlarında Dağıtım ve Tutundurma: Endüstriyel Mallarda Dağıtım Kanalı Alternatifleri; Hizmetlerde ve Sağlık Hizmetlerinde Dağıtım Bütünleşmiş Dağıtım Kanalı Sistemi; Başlıca Dağıtım Politikaları; Fiziksel Dağıtım; Tutundurma; Pazarlama İletişimi ve İletişim Sistemi; Tutundurma ve AIDA Modeli; Tutundurma Karması Elemanları.	
12. hafta		Sağlık Hizmetleri Pazarlamasında Çağdaş Yaklaşımlar: Giriş; İlişki Pazarlaması; İlişki Pazarlaması Kapsamında İlişki Kurulan Kişi ve Kuruluşlar; İlişki Pazarlamasının Tarihsel Gelişimi; İlişki Pazarlamasının Faydaları; İlişki Pazarlamasının Unsurları; İlişki Pazarlamasının Odakları; İlişki Pazarlaması ile İşlemsel Pazarlama Arasındaki Farklılıklar.	
13. hafta		Sağlık Hizmetleri Pazarlamasında Çağdaş Yaklaşımlar: İlişki Pazarlama Anlayışının Müşteri Bağlılığı İle İlişkisi; Sağlık Hizmetleri Pazarlamasında İlişki Pazarlaması; İlişki Pazarlamasının Geleceği; Müşteri İlişkileri Yönetimi; Müşteri İlişkileri Yönetiminin Amaçları; Müşteri İlişkileri Yönetimi Sorumlulukları; Gerilla Pazarlaması; Sağlık Hizmetlerinde Gerilla Pazarlaması; Nöropazarlama.	
14. hafta		Dönem Sonu Sınavı	

Öğrenme Çıktıları

#	Öğrenme Çıktıları
1	Pazarlama ve pazarlama stratejilerinin ne olduğu ve nasıl uygulanacağını ayırt eder.
2	Sağlık kurumlarında pazarlamanın önemini ve sağlayacağı faydaları tartışabilecektir.
3	Sağlık kurumlarında pazarlama stratejileri, strateji geliştirme süreci ve uygulaması hakkında açıklama yapabilecektir.
4	Sağlık kurumlarında pazarlamanın uygulanmasında karşılaşılan sorunları analiz edebilecektir.
5	Sağlık hizmetlerinde tüketici davranışını etkileyen temel faktörleri tartışabilecektir.
6	Sağlık kurumları için müşteri yönetimini ve müşteri tatmin çalışmalarının nasıl nasıl yapılacağını ifade edebilecektir.
7	Sağlık kurumlarının çevreleriyle olan ilişkilerinin düzenlenmesinde halkla ilişkiler, reklam, kişisel satış gibi tutundurma araçlarının nasıl nasıl kullanılacağını açıklayabilecektir.
8	Pazar araştırmalarını, pazar araştırması yapabilmek izlenecek süreçleri açıklayabilecektir.

Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları

İçerik girilmemiştir.

Dersin Teması

İçerik girilmemiştir.

AKTS İş Yükü

Etkinlik	Süre (Saat)	Sayı	İş Yükü
Teorik Derse Katılım	0	0	0
Sınıf Dışı Çalışma (Ön Hazırlık & Pekiştirme Amaçlı)	0	0	0
Ödevler	0	0	0
Proje - Rapor - Sunum Hazırlama	0	0	0
Ara Sınav Hazırlığı (sınav süresi dahil)	0	0	0
Final Sınavı Hazırlığı (sınav süresi dahil)	0	0	0
Uygulama (Laboratuvar, Müzik/Enstrüman Uygulaması, Atölye/Saha Çalışması vb.)	0	0	0
Staj Uygulaması	0	0	0
		Hesaplanan AKTS	**0**

Ölçme ve Değerlendirme

İçerik girilmemiştir.

Değerlendirme Yöntemi ve Geçme Kriterleri	Sayısı	Yüzde (%)
1.Ara Sınav	1	30
Dönem Sonu Sınavı	1	70
	Toplam (%)	**100**