

TOROS ÜNİVERSİTESİ

Sağlık Bilimleri Fakültesi
Sağlık Yönetimi

Ders Bilgileri

SAĞLIK KURUMLARINDA PAZARLAMA					
Kodu	Dönemi	Teori	Uygulama	Ulusal Kredisi	AKTS Kredisi
		Saat / Hafta			
SKY435	Güz	2	0	2	4

Ön Koşulu Olan Ders(ler)	Yok
Dili	Türkçe
Türü	Zorunlu
Seviyesi	Lisans
Öğretim Elemanı(ları)	Dr.Öğr.Üyesi Nazmiye Ülkü PEKKAN
Öğretim Sistemi	Yüz Yüze
Önerilen Hususlar	Yok
Staj Durumu	Yok
Amacı	Sağlık sektöründe pazarlama uygulamalarını tanıtmak, pazarlama stratejilerinin neler olduğu ve nasıl uygulanacağı konusunda bilgi kazandırmak
İçeriği	Pazarlama kavramı, hizmetlerin ve sağlık hizmetlerinin pazarlanması, sağlık hizmetlerinin özellikleri, sağlık hizmetleri sunum modelleri, hedef pazar, sağlık tüketicilerinin davranışları, pazarlama araştırmaları, sağlık hizmetlerinde dağıtım kanalları, sağlık hizmetlerinde fiyatlandırma

Dersin Öğrenim Çıktıları

#	Öğrenim Çıktıları
1	Pazarlama ile ilgili temel kavramları açıklar
2	Hizmet ve sağlık hizmetleri kavramlarını açıklar
3	Sağlık hizmetleri pazarlaması kavramını açıklar
4	Sağlık hizmetleri pazarlama politikalarını açıklar
5	Tüketici davranışlarını açıklar
6	Sağlık kurumlarında pazarlamanın uygulanmasında karşılaşılan sorunları açıklar

Haftalık Ayrıntılı Ders İçeriği

#	Konular	Öğretim Yöntem ve Teknikleri
1	Pazarlamaya giriş	Anlatım, tartışma, sunum
2	Sağlık Hizmetleri Pazarlamasının Gelişimi	Anlatım, tartışma, sunum
3	Hizmetlerin Özellikleri, Hizmet Sektörünün Gelişimi ve Sağlık Hizmetlerinin Özellikleri	Anlatım, tartışma, sunum
4	Sağlık Hizmetlerinde Tüketici Davranışları	Anlatım, tartışma, sunum
5	Pazarlama Bilgi Sistemleri ve Pazarlama Araştırması	Anlatım, tartışma, sunum
6	Pazar Bölümleme, Hedef Pazar Seçimi, Pazar Konumlandırma ve Büyüme Stratejileri	Anlatım, tartışma, sunum
7	Stratejik Pazarlama Planlaması	Anlatım, tartışma, sunum
8	Ara sınav	
9	Ürün ve Ürün Geliştirme Stratejileri	Anlatım, tartışma, sunum
10	Fiyat ve Fiyatlandırma Stratejileri	Anlatım, tartışma, sunum
11	Tutundurma ve Tutundurma Politikaları	Anlatım, tartışma, sunum

12	Dağıtım ve Dağıtım Kanalları	Anlatım, tartışma, sunum
13	Sağlık Hizmetleri Pazarlamasında Çağdaş Yaklaşımlar -I	Anlatım, tartışma, sunum
14	Sağlık Hizmetleri Pazarlamasında Çağdaş Yaklaşımlar -II	Anlatım, tartışma, sunum
15	Genel Değerlendirme	Anlatım, tartışma, sunum
16	Son Sınav	

Resources

#	Malzeme / Kaynak Adı	Kaynak Hakkında Bilgi	Referans / Önerilen Kaynak
1	Tengilimoğlu, D., Sağlık Hizmetleri Pazarlaması, Siyasal Kitabevi, 2011		
2	Philip Kotler, Soru ve Cevaplarla Günümüzde Pazarlamanın Temelleri, Acar Matbaacılık, Ocak 2006, İstanbul. (Çev. Ümit Şensoy)		

Ölçme ve Değerlendirme Sistemi

#	Ağırlık	Çalışma Türü	Çalışma Adı
1	%40	Ara Sınav	Ara Sınav
2	%60	Son Sınav	Son Sınav

Dersin Öğrenim Çıktıları ve Program Yeterlilikleri ile İlişkileri

#	Öğrenim Çıktıları	Program Çıktıları	Ölçme ve Değerlendirme
1	Pazarlama ile ilgili temel kavramları açıklar	10,14	1,2
2	Hizmet ve sağlık hizmetleri kavramlarını açıklar	10,14	1,2
3	Sağlık hizmetleri pazarlaması kavramını açıklar	11,14	1,2
4	Sağlık hizmetleri pazarlama politikalarını açıklar	10,14	1,2
5	Tüketici davranışlarını açıklar	10,14	1,2
6	Sağlık kurumlarında pazarlamanın uygulanmasında karşılaşılan sorunları açıklar	10,14	1,2

Not: Ölçme ve Değerlendirme sütununda belirtilen sayılar, bir üstte bulunan Ölçme ve Değerlendirme Sistemi başlıklı tabloda belirtilen çalışmaları işaret etmektedir.

İş Yükü Detayları

#	Etkinlik	Adet	Süre (Saat)	İş Yükü
1	Ders Süresi	14	2	28
2	Sınıf Dışı Ders Süresi (Ön çalışma, pekiştirme)	14	3	42
3	Sunum ve Seminer Hazırlama	0	0	0
4	İnternette tarama, kütüphane ve arşiv çalışması	0	0	0
5	Belge/Bilgi listeleri oluşturma	0	0	0
6	Atölye	0	0	0
7	Ara Sınav için Hazırlık	1	16	16
8	Ara Sınav	1	1	1
9	Kısa Sınav	0	0	0
10	Ödev	0	0	0
11	Ara Proje	0	0	0
12	Ara Uygulama	0	0	0
13	Son Proje	0	0	0
14	Son Uygulama	0	0	0

15	Son Sınav için Hazırlık	1	22	22
16	Son Sınav	1	1	1
				110