

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	MARKETING OF HEALTH CARE SERVICES / MARKETING OF HEALTH CARE SERVICES	
Ders Kodu / Course Code	SYB2162019192	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Bachelor's / Bachelor's	
Ders Akts Kredi / ECTS	5.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	4.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	2	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Formal Education / Formal Education	
Eğitim Dili / Education Language		
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses		
Amacı / Purpose	Pazarlama genelinde ve sağlık hizmetleri özelinde pazarlama kavramının öğretilmesi.	Its purpose is to teach the points of marketing concept throughout marketing in health care.
İçeriği / Content	Pazarlama kavramı, hizmetlerin ve sağlık hizmetlerinin pazarlanması, sağlık hizmetlerinin özellikleri, sağlık hizmetleri sunum modelleri, sağlık hizmetlerinde pazarlama yönetim süreçleri, hedef pazar, sağlık tüketicilerinin davranışları, pazarlama araştırmaları, tüketici talep tahminleri, sağlık hizmetlerinde dağıtım kanalları (sevk ve önerme sistemleri), satış artırma çabaları ve halkla ilişkiler, sağlık hizmetlerinde fiyatlandırma, pazarlama hizmetlerinin değerlendirilmesi, halkla ilişkiler.	Marketing concept, ordinary marketing, the features of the health services, marketing management process in the health services, target market, customer behaviors, marketing researches, distribution channels in the health services, promotions and public relation, pricing and the evaluation of the health care services.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations		
Staj Durumu / Internship Status		
Kitap / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Tengilimoğlu, Dilaver, Sağlık Hizmetleri Pazarlaması, 2011, Siyasal Yayınevi, Ankara Karafakioğlu, M., 1998; Sağlık Hizmetleri Pazarlaması, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları, İstanbul.	Tengilimoğlu, Dilaver, Sağlık Hizmetleri Pazarlaması, 2011, Siyasal Yayınevi, Ankara Karafakioğlu, M., 1998; Sağlık Hizmetleri Pazarlaması, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları, İstanbul.
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)		

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Sağlık kurumlarında pazarlamanın uygulanmasında karşılaşılan sorunları bilir.	Knows the marketing practice problems in the health foundations.
2	Sağlık kurumları için pazarlamanın sağlayabileceği faydaları anlar.	Knows the benefits of marketing.
3	Stratejik pazarlama yönetimini ve pazarlama stratejilerini öğrenir	Learns the strategic marketing management and marketing strategies.
4	Duyarlı organizasyon özelliklerini bilir ve duyarlı olmak için yapılması gerekenleri ortaya koyar.	Knows the features of the health organization and important principles.
5	Sürekli değişen çevreye ayak uydurmada sağlık kurumlarının yapabileceklerini ve kullanabilecekleri stratejileri bilir.	Learns the strategies of the health foundations used for orientation.
6	Girişimci sağlık kurumlarının özelliklerini öğrenir.	Learns the features of enterprising health foundations.
7	İmajın ne olduğunu ve imajın nasıl yaratılacağını öğrenir.	Learns the image and image building.
8	Sağlık kurumları için müşteri yönetimini ve müşteri tatmin çalışmalarının nasıl yapılacağını öğrenir.	Understands information about customer management and customer satisfaction studies.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlamanın Konusu, Kapsamı, Gelişimi, Yönetimi				
	Marketing Concept, Management and Development				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Anlayışı				
	Marketing Issues				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama ile İlgili Öteki Bazı Kavramlar				
	The Other Marketing Conceptions				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Güncel Gelişmeler				
	The Current Developments				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Çevresi				
	Marketing Environment				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Stratejik Planlama ve Pazarlama Yönetim Süreci Pazarlamanın Rolü				
	Strategic Planning and Marketing Management Process				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Araştırması ve Bilgi Sistemi				
	Marketing Research and Information System				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ara Sınav				
	Mid-Term Exam				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüketici Davranışları, Pazarlar ve Tüketici Pazarları				
	Customer Behaviors and Markets				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazar Bölümlendirme				
	Market Segmentation				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Hizmet pazarlaması				
	Service Marketing				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sağlık Hizmetleri Pazarlaması				
	Health Care Services Marketing				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sağlık Hizmetleri Pazarlaması				
	Health Services Marketing				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sağlık Hizmetlerinde Güncel Yaklaşımlar				
	The Current Approaches in the Health Services				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sağlık Hizmetlerinde Güncel Yaklaşımlar				
	The Current Approaches in the Health Services				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40

	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60

Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:	100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:	

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	1.00	1.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Derse Katılım / Attending Lectures	14	4.00	56.00
Bireysel Çalışma / Self Study	14	6.00	84.00
Toplam / Total:	30	12.00	142.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 142.00/30.00 = 4.73 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 142.00 / 30.00 = 4.73 ~			

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program					
	1.1.1	2.1.1	3.1.1	3.2.1	3.3.1	3.4.1
1.Sağlık kurumlarında pazarlamanın uygulanmasında karşılaşılan sorunları bilir. / Knows the marketing practice problems in the health foundations.						
2.Sağlık kurumları için pazarlamanın sağlayabileceği faydaları anlar. / Knows the benefits of marketing.						
3.Stratejik pazarlama yönetimini ve pazarlama stratejilerini öğrenir / Learns the strategic marketing management and marketing strategies.						
4.Duyarlı organizasyon özelliklerini bilir ve duyarlı olmak için yapılması gerekenleri ortaya koyar. / Knows the features of the health organization and important principles.						
5.Sürekli değişen çevreye ayak uydurmada sağlık kurumlarının yapabileceklerini ve kullanabilecekleri stratejileri bilir. / Learns the strategies of the health foundations used for orientation.						
6.Girişimci sağlık kurumlarının özelliklerini öğrenir. / Learns the features of enterprising health foundations.						
7.İmajın ne olduğunu ve imajın nasıl yaratılacağını öğrenir. / Learns the image and image building.						

8.Sağlık kurumları için müşteri yönetimini ve müşteri tatmin çalışmalarının nasıl yapılacağını öğrenir. / Understands information about customer management and customer satisfaction studies.						
Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high						