

HARRAN ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK HİZMETLERİ MESLEK YÜKSEKOKULU
TIBBİ TANITIM VE PAZARLAMA PROGRAMI

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+ U	Kredisi	AKTS
Pazarlamaya Giriş	0314129	I	3+0	3	5
Ön Koşul Dersler	Yok				
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Veren					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bu ders kapsamında, pazarlamanın temellerini, pazarlama sürecini öğrenmek ve Tıbbi Tanıtım ve Pazarlama bağlamında değerlendirebilmek amaçlanmaktadır.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	Bu dersin sonunda öğrenci; 1. Pazarlama ve satış kavramlarını tanımlar. 2. Satışın pazarlamadaki yerini ve önemini açıklar. 3. Satışın ilke ve teorilerini tanımlar. 4. Müşteri isteklerinin neler olabileceğini sosyolojik ve psikolojik teorik bilgi sayesinde değerlendirir. 5. Satış ilke ve teorilerini uygulamaya geçirir.				
Dersin İçeriği	Dersin Tanıtılması, Pazarlama İlkeleri ve Satış Konularına Genel Giriş, Pazarlama Tarihiçesi, Pazar ve Çeşitleri, Pazar Bölümlendirme, Konumlandırma, Pazarlama Karması, Ürün, Fiyat, Dağıtım, Tutundurma, Reklam ve Kişisel Satış, Hedef Pazar Seçim Stratejileri, Satış Potansiyeli, Satış Tahmini ve Satış Geliştirme, İlişkisel Pazarlama ve MİY, Hizmet Pazarlaması.				
Haftalar	Konular				
1	Dersin tanıtılması, pazarlama ilkeleri ve satış konularına genel giriş				
2	Pazarlama tarihçesi				
3	Pazar ve çeşitleri				
4	Pazar bölümlendirme, konumlandırma				
5	Pazarlama karması, ürün				
6	Pazarlama karması, fiyat				
7	Pazarlama karması, fiyat				
8	Pazarlama karması dağıtım				
9	Pazarlama karması tutundurma				
10	Reklam ve kişisel satış				
11	Hedef pazar seçim stratejileri				
12	Satış potansiyeli, satış tahmini ve satış geliştirme				
13	İlişkisel pazarlama ve MİY				
14	Hizmet pazarlaması				
Genel Yeterlilikler					
1. Pazarlama ilkeleri ile ilgili temel kavram ve ilkeleri tanımlayabilir. 2. Tıbbi Tanıtımda pazarlamanın gelişimi ve amaçları ile tıbbi tanıtıma duyulan ihtiyacın nedenlerini açıklayabilir. 3. Pazarlama yöneticilerinin uygulayabildiği pazarlama karması stratejilerini açıklayabilir.					
Kaynaklar					
Mucuk, İ. (2011). <i>Pazarlama İlkeleri</i> , Türkmen Yayınevi, Bozkurt. M. (2014). <i>Pazarlama</i> , Paradigma Akademi Yayınları.					
Değerlendirme Sistemi					
Harran Üniversitesi Önlisans ve Lisans Yönetmeliği gereği akademik dönem başında ilan edilen ders izlencelerinde belirtilecektir.					

PROGRAM ÇIKTILARI VE İLGİLİ DERSİN İLİŞKİSİ											
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11
ÖÇ1	3	4	2	2	5	5	1	4	3	3	4
ÖÇ2	3	4	2	2	5	5	1	4	3	3	4
ÖÇ3	3	4	2	2	5	5	1	4	3	3	4
ÖÇ4	3	4	2	2	5	5	1	4	3	3	4
ÖÇ5	3	4	2	2	5	5	1	4	3	3	4
ÖÇ: Öğrenme Çıktıları PÇ: Program Çıktıları											
Katkı Düzeyi	1 Çok Düşük		2 Düşük		3 Orta		4 Yüksek		5 Çok Yüksek		

PROGRAM ÇIKTILARI VE İLGİLİ DERSİN İLİŞKİSİ											
Dersin Adı	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11
Pazarlamaya Giriş	3	4	2	2	5	5	1	4	3	3	4