

HARRAN ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK HİZMETLERİ MESLEK YÜKSEKOKULU
OPTİSYENLİK PROGRAMI

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+U	Kredisi	AKTS
Optisyenlikte Pazarlama	307317	III	3+0	3	3
Ön koşul Dersler	Yok				
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Veren					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Öğrencilerin, pazarlamanın temel ilkelerini anlamalarını ve pazarlama işlevinin önemini kavramalarını sağlamak. Optisyenlik mesleğindeki çerçeve, cam, kontakt lens vb. Ürünlerin niteliklerini anlatarak etik pazarlama yöntemlerini anlatmak amaçlanmaktadır.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	Bu dersin sonunda öğrenci; 1. Pazarlamanın temel ilkelerini ve pazarlamanın önemini kavrar. 2. Mesleki pazarlamanın ilkelerini kavrar ve uygular. 3. Fiyatlama politikaları hakkında bilgi sahibi olur. 4. Tüketici alışkanlıkları ve satın alma davranışları hakkında edindiği bilgileri mesleki hizmet sunumunda kullanabilir. 5. Güncel pazarlama yaklaşımlarını mesleğiyle ilişkilendirebilme ve hizmet sunumunda kullanabilir.				
Dersin İçeriği	Optisyenlik mesleğinde pazarlama unsurlarının belirlenmesi, daha verimli satışlar yapılabilmesi için ürünlerin tanıtım şekli ve satış sonrası hizmetin şekillendirilmesi.				
Haftalar	Konular				
1	Pazarlamaya Giriş Pazarlama hakkında temel kavramlar				
2	Pazarlama anlayışları ve pazarlama çevresi				
3	Optisyenlikte pazarlama konusunda kanun ve yönetmenlikler.				
4	Optisyenlikte ki mal ve nitelikleri, çeşitleri, malın yaşam süreci, dağıtım ve özellikleri, dağıtım kanalı ve fiziksel dağıtım				
5	Fiyat ve özellikleri, fiyatlama yöntemleri, fiyatlama politikaları, tutundurma ve özellikleri, pazarlama iletişimi elemanları				
6	Optisyenlik mesleğinde pazarlama stratejileri				
7	Optisyenlik mesleğinde pazarlama stratejileri				
8	Pazar bölümlendirme ve Hedef Pazarlar				
9	Tüketici pazarları: Tüketici alışkanlıkları, güncel trendler, satın alma davranışları				
10	Tüketici pazarları: Müşteri değeri, memnuniyeti ve sadakati oluşturmak				
11	Optik sektörü ve perakende optik mağazalarda pazarlama süreci yapılandırmak				
12	Optik mağazalar ve optik sektöründe gerçekleştirilen pazarlama faaliyetlerine yönelik analiz sunumları ve tartışma-I				
13	Optik mağazalar ve optik sektöründe gerçekleştirilen pazarlama faaliyetlerine yönelik analiz sunumları ve tartışma-II				
14	Optik mağazalar ve optik sektöründe gerçekleştirilen pazarlama faaliyetlerine yönelik analiz sunumları ve tartışma-III				
Genel Yeterlilikler					
1. Optik sektöründe faaliyet gösteren firmalar için hedef pazar tanımlayabilir. 2. Pazara uygun pazarlama süreci oluşturabilir.					
Kaynaklar					
Aktekin, E. (2015), <i>Pazarlama İlkeleri Global Yönetimsel Yaklaşım Türkiye Uygulamaları</i> , Beta Kitap Özdemir, E. Yarar, O. (2016), <i>Temel Optisyenlik</i> , Güneş Tıp Kitabevleri					
Değerlendirme Sistemi					
Harran Üniversitesi Önlisans ve Lisans Yönetmeliği gereği akademik dönem başında ilan edilen ders izlencelerinde belirtilecektir.					

PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE DERS ÖĞRENME ÇIKTILARI İLİŞKİSİ TABLOSU															
	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15
ÖÇ1	4	2	2	2	2	2	2	2	2	5	2	4	5	2	3
ÖÇ2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	5	2	4	5	2	3
ÖÇ3	4	2	2	2	2	2	2	2	2	5	2	4	5	2	3
ÖÇ4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	5	2	4	5	2	3
ÖÇ5	4	2	2	2	2	2	2	2	2	5	2	4	5	2	3
ÖÇ6	4	2	2	2	2	2	2	2	2	5	2	4	5	2	3
ÖÇ: Öğrenme Çıktıları PÇ: Program Çıktıları															
Katkı Düzeyi	1 Çok Düşük			2 Düşük			3 Orta			4 Yüksek			5 Çok Yüksek		

Program Çıktıları ve İlgili Dersin İlişkisi

Ders	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13	PÇ14	PÇ15
Optisyenlikte Pazarlama	4	2	2	2	2	2	2	2	2	5	2	4	5	2	3