

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name		
Ders Kodu / Course Code	OTHU208	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Associate / Associate	
Ders Akts Kredi / ECTS	3.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	2.00	
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	Evening Class / Evening Class	
Eğitim Dili / Education Language		
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses		
Amacı / Purpose	Sağlık Hizmetlerinde Satış ve Pazarlama" dersinin amacı, öğrencilere sağlık sektörünün özelliklerini anlatarak pazarlama bilinci kazandırmak ve pazarlama stratejilerini geliştirmelerine yardımcı olmaktır. Ders, pazar araştırması, markalaşma, hasta ilişkileri yönetimi, etik konular, kriz yönetimi gibi konuları içerir ve öğrencilerin sağlık hizmetlerinde başarılı bir şekilde pazarlama yapabilme yeteneklerini geliştirmeyi amaçlar.	The aim of the course "Sales and Marketing in Health Services" is to provide students with marketing awareness by explaining the characteristics of the health sector and to help them develop marketing strategies. The course includes topics such as market research, branding, patient relationship management, ethical issues, crisis management and ensures that students can successfully work in health services. aims to improve their marketing skills.
İçeriği / Content	Pazarlama kavramları ve sağlık sektörü ilişkisi Pazarlama stratejileri ve planlaması Hedef kitle belirleme ve segmentasyon Reklam, dijital pazarlama ve kampanya yönetimi Markalaşma ve sağlık hizmetlerinde imaj yönetimi Hasta ilişkileri yönetimi ve hasta memnuniyeti Etik ve hukuki konular Kriz yönetimi ve kriz iletişimi Proje tabanlı öğrenme ve dönem projesi	Marketing concepts and health sector relationship Marketing strategies and planning Target audience identification and segmentation Advertising, digital marketing and campaign management Branding and image management in healthcare Patient relationship management and patient satisfaction Ethical and legal issues Crisis management and crisis communication Project-based learning and term project
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations		
Staj Durumu / Internship Status		
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading		

Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)		
--	--	--

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Öğrenciler, pazarlama kavramlarını anlayacak ve sağlık hizmetlerinde pazarlama stratejilerini oluşturabileceklerdir.	Students will understand marketing concepts and be able to create marketing strategies in healthcare.
2	Öğrenciler, pazar araştırması yaparak hedef kitlenin ihtiyaçlarını ve tercihlerini belirleyebileceklerdir.	Students will be able to determine the needs and preferences of the target audience by conducting market research.
3	Öğrenciler, sağlık hizmetleri için etkili pazarlama stratejileri geliştirebileceklerdir.	Students will be able to develop effective marketing strategies for healthcare services.
4	Öğrenciler, hasta ilişkileri yönetimi konusunda bilgi sahibi olacak ve hasta memnuniyetini artırmak için stratejiler geliştirebileceklerdir.	Students will have knowledge about patient relationship management and will be able to develop strategies to increase patient satisfaction.
5	Öğrenciler, pazarlama süreçlerinde karşılaşılabilecekleri etik ve hukuki sorunları tanıyabileceklerdir.	Students will be able to recognize the ethical and legal issues they may encounter in marketing processes.
6	Öğrenciler, kriz durumlarına karşı hazırlıklı olacak ve kriz iletişimi stratejileri geliştirebileceklerdir.	Students will be prepared for crisis situations and will be able to develop crisis communication strategies.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama Temelleri ve Sağlık Hizmetleri İlişkisi				
	Marketing Fundamentals and Health Services Relationship				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazar araştırması yöntemleri				
	Market research methods				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Hedef kitlenin tanımlanması Segmentasyon ve hedefleme stratejileri				
	Defining the target audience Segmentation and targeting strategies				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Markalaşma ve sağlık hizmetlerindeki önemi				
	Branding and its importance in healthcare				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	İmaj yönetimi stratejileri Vaka çalışması analizi				
	Image management strategies Case study analysis				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama stratejilerinin oluşturulması				
	Creating marketing strategies				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Reklam, dijital pazarlama ve kampanya planlaması				
	Advertising, digital marketing and campaign planning				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Hasta ilişkileri yönetimi stratejileri				
	Patient relationship management strategies				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Hasta memnuniyetinin ölçümü ve iyileştirilmesi Etik ve hukuki konular				
	Measuring and improving patient satisfaction Ethical and legal issues				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Kriz durumlarına hazırlık				
	Preparation for crisis situations				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Kriz iletişimi stratejileri Kriz yönetimi vaka çalışmaları				
	Crisis communication strategies Crisis management case studies				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dönem projesinin tamamlanması ve sunumu				
	Completion and presentation of the term project				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Projelerin değerlendirilmesi Dersin kapanışı ve öğrenci değerlendirmesi				
	Evaluation of projects Closing of the course and student evaluation				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dönem Sonu Değerlendirme ve Geri Bildirim				
	End of Term Evaluation and Feedback				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	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

Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities	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	1.50	1.50
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	30.00	30.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.50	1.50
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	30.00	30.00
Toplam / Total:	4	63.00	63.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 63.00/25.00 = 2.52 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 63.00 / 25.00 = 2.52 ~			

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes											
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10	1.1.11	1.1.12
1.Öğrenciler, pazarlama kavramlarını anlayacak ve sağlık hizmetlerinde pazarlama stratejilerini oluşturabileceklerdir. / Students will understand marketing concepts and be able to create marketing strategies in healthcare.	5	3	3	4	2	2	2	1	1	4	2	1
2.Öğrenciler, pazar araştırması yaparak hedef kitlenin ihtiyaçlarını ve tercihlerini belirleyebileceklerdir. / Students will be able to determine the needs and preferences of the target audience by conducting market research.	4	3	5	4	1	2	2	2	2	2	3	2
3.Öğrenciler, sağlık hizmetleri için etkili pazarlama stratejileri geliştirebileceklerdir. / Students will be able to develop effective marketing strategies for healthcare services.	3	4	4	3	1	2	2	3	2	2	3	2
4.Öğrenciler, hasta ilişkileri yönetimi konusunda bilgi sahibi olacak ve hasta memnuniyetini artırmak için stratejiler geliştirebileceklerdir. / Students will have knowledge about patient relationship management and will be able to develop strategies to increase patient satisfaction.	3	1	3	2	3	5	1	5	3	3	4	2
5.Öğrenciler, pazarlama süreçlerinde karşılaşılabilecekleri etik ve hukuki sorunları tanıyabileceklerdir. / Students will be able to recognize the ethical and legal issues they may encounter in marketing processes.	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	2	4

6.Öğrenciler, kriz durumlarına karşı hazırlıklı olacak ve kriz iletişimi stratejileri geliştirebileceklerdir. / Students will be prepared for crisis situations and will be able to develop crisis communication strategies.	4	2	2	2	5	3	5	5	5	4	3	4
--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high