

Tıbbi Hizmetler ve Teknikler Bölümü / Tıbbi Hizmetler ve Teknikler Bölümü / TIBBİ TANITIM VE PAZARLAMA						
Ders Kodu	Ders Adı	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Yerel Kredi	AKTS
TTP 101	PAZARLAMA İLKELERİ	2,00	0,00	0,00	2,00	2,00
Ders Detayı						
Dersin Dili	: Türkçe					
Dersin Seviyesi	: Önlisans					
Dersin Tipi	: Zorunlu					
Ön Koşullar	: Yok					
Dersin Amacı	: Bu dersin amacı öğrencilerin, pazarlamanın temellerini ve pazarlama sürecini, pazarlama programını etkileyen çevresel faktörleri, pazar çeşitlerini, pazar bölümlemeyi, konumlandırmayı ve hedef pazar seçimi ve pazarlama karması elemanlarını anlamalarını sağlamayı amaçlamaktadır.					
Dersin İçeriği	: Pazarlamanın temel ilkeleri temelinde planlanan bu dersin içeriğini; “Pazarlamanın gelişimi, pazarlama ve çevre arasındaki ilişkiler, pazar bölümlendirme, konumlandırma ve hedef pazarın seçimi ve pazarlama karması” konuları oluşturmaktadır.					
Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar	: 1. (E-Kitap, YÖK Dersleri Platformu). Süphan Nasır. "Pazarlama İlkeleri". İstanbul: İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Yayınları. Yardımcı Kaynaklar: 2. Öğretim elemanı ders notu (PDF) 3. Mucuk, İ. "Pazarlama İlkeleri", Türkmen Kitabevi, 2017.					
Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri	: Anlatım, Soru Cevap, Tartışma, Örnek Olay, Örnekleme, Rol Yapma					
Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar	: Öğrencilerin "Rol Yapma / Simülasyon" yöntemleri hakkında araştırma yaparak ön hazırlık yapmaları gerekmektedir.					
Dersi Veren Öğretim Elemanları	: Öğr. Gör. Zeynep Ünal					
Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları	: Dersi veren yardımcı öğretim elemanı yoktur.					
Dersin Verilişi	: Yüz yüze / Örgün Eğitim					
En Son Güncelleme Tarihi	: 23.08.2025 20:32:15					
Dosya İndirilme Tarihi	: 23.08.2025					

Ders Öğrenme Çıktıları
Bu dersi tamamladığında öğrenci :
1 Pazarlama ilkeleri ile ilgili temel kavram ve ilkeleri tanımlayabilir.
2 Tüketici ve endüstriyel pazarı analiz edebilecektir.
3 Makro-mikro çevresel faktörler ile pazarlama arasındaki ilişkileri açıklayabilir.
4 Pazar bölümlendirme, konumlandırma ve hedef pazarın seçimini açıklayabilir.
5 Pazarlama karması stratejilerini açıklayabilir.

Ön Koşullar
Ders KoduDers AdıTeorikUygulamaLaboratuvarYerel KrediAKTS

Haftalık Konular ve Hazırlıklar						
	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Hazırlık Bilgileri	Öğretim Metodları	Dersin Öğrenme Çıktıları
1.Hafta	*Ders Tanıtımı, Ders Öğrenme Çıktıları ile Program Yeterliklerinin İlişkinin Kurulması, Pazarlama ilkeleri dersinin amacı ve dersle ilgili temel kaynaklar, okuma listesi, öğrenci yükümlülükleri hakkında bilgi verme. Derse Giriş			*Ders bilgi paketini inceleyiniz.	*Anlatım, Soru-Cevap	
2.Hafta	*Pazarlamaya Giriş, Pazarlama Kavramının Tanımı, Temel Kavramların Açıklanması, Pazarlama Anlayışının Gelişimi.			*Okuma: Pazarlama İlkeleri ders kitabı, s.7-13 *Sağlık ürünleri/ilaç reklamlarını inceleyerek pazarlama kavramını tartışmaya hazırlık	*Anlatım, Soru-Cevap	Ö.Ç.1 Ö.Ç.1 Ö.Ç.1
3.Hafta	*Pazar ve Pazarlama Çevresi. Pazar Kavramı ve Tüketici ve Endüstriyel Pazarın Özellikleri. Pazarlama ve Çevre Arasındaki İlişkiler. Makro ve Mikro Çevresel Faktörlerin Analizi.			*Okuma: Pazarlama İlkeleri ders kitabı, s. 70-77; 109-124 *İlaç sektörüne dair güncel haber/rapor inceleme, çevresel faktörleri listeleme	*Anlatım, Soru Cevap, Tartışma	Ö.Ç.3 Ö.Ç.3 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3
4.Hafta	*Tüketici Davranışları II: İçsel (Psikolojik) Faktörler.			*Okuma: Pazarlama İlkeleri ders kitabı, s.25-36 *Bir sağlık ürünü seçiminde (ör: vitamin, OTC ilaç) psikolojik faktörleri düşünerek notlar alın.	*Anlatım, Örnek Olay Tartışma	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2

	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Hazırlık Bilgileri	Öğretim Metodları	Dersin Öğrenme Çıktıları
5.Hafta	*Tüketici Davranışları II: Dışsal (Sosyo-Kültürel) Faktörler.			*Okuma: Pazarlama İlkeleri ders kitabı, s.36-43 *Kültür, aile ve sosyal çevrenin ilaç tercihlerine etkisini gözlemleyerek notlar alın.	*Anlatım, Örnek Olay, Tartışma	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2
6.Hafta	*Pazar Bölümlendirme ve Hedef Pazar Seçimi			*Okuma: Pazarlama İlkeleri ders kitabı, s.150-162 *Eczanelerde ürün gruplarını gözlemleyerek, farklı müşteri segmentlerini belirleyin.	*Anlatım, Soru Cevap	Ö.Ç.4 Ö.Ç.4 Ö.Ç.4
7.Hafta	*Konumlandırma			*Okuma: Pazarlama İlkeleri ders kitabı, s.162-168 *Ağrı kesici/soğuk algınlığı ilaçlarının marka konumlandırmalarını inceleyin.	*Anlatım, Örnek Olay Tartışma	Ö.Ç.4 Ö.Ç.4 Ö.Ç.4
8.Hafta	*Ara Sınav			*Önceki konuları tekrar etme, ders notlarını gözden geçirme	*Yazılı Sınav	
9.Hafta	*Ürün ve Ürün Yönetimi I: Ürün Kavramı, Ürün Türleri ve Pazarlamada Ürün Stratejileri.			*Okuma: Pazarlama İlkeleri ders kitabı, s.177-186 *Bir sağlık ürününü seçip özelliklerini inceleyin.	*Anlatım, Soru-Cevap	Ö.Ç.5 Ö.Ç.5 Ö.Ç.5
10.Hafta	*Ürün ve Ürün Yönetimi II: Ürün Karması, Yeni Ürün Kavramı ve Ürün Yaşam Eğrisi. Marka ve Markalama Stratejileri. Ambalajlama.			*Reading: Marketing Principles textbook, pp. 186-191; 201-206 *Pandemi döneminde kullanılan ürünlerin (maske, dezenfektan) yaşam eğrisini düşünme	*Anlatım, Örnek Olay Tartışma	Ö.Ç.5 Ö.Ç.5 Ö.Ç.5
11.Hafta	*Fiyatlandırma: Fiyat kararlarının Önemi Fiyatlamayı Etkileyen Faktörler. Fiyatlamanın Amaçları. Fiyatlama Politikaları ve Fiyatlama Yöntemleri.			*Okuma: Pazarlama İlkeleri ders kitabı, s.222-231 *Bir eczane ürününün fiyatını araştırma ve fiyatlandırma faktörlerini tartışmaya hazırlık	*Anlatım, Soru-Cevap, Örnekleme	Ö.Ç.5 Ö.Ç.5 Ö.Ç.5
12.Hafta	*Dağıtım: Dağıtım Kararları. Temel Dağıtım Kanalları. Dağıtım Kanallarının Yönetimi. Toptancılık ve Perakendecilik.			*Okuma: Pazarlama İlkeleri ders kitabı, s.245-260 *İlaçların üreticiden hastaya ulaşma sürecini araştırınız.	*Anlatım, Soru-Cevap	Ö.Ç.5 Ö.Ç.5 Ö.Ç.5
13.Hafta	*Bütünleşik Pazarlama İletişimi: Tutundurma Kararları ve Stratejileri. *Okuma: Pazarlama İlkeleri ders kitabı, s.274-282			*Okuma: Pazarlama İlkeleri ders kitabı, s.274-282 *Sağlık ürünleri tanıtımlarını (TV, sosyal medya, eczane vitrinleri) inceleyiniz.	*Anlatım Tartışma	Ö.Ç.5 Ö.Ç.5 Ö.Ç.5
14.Hafta	*Tutundurma Karması			*Okuma: Pazarlama İlkeleri ders kitabı, s.271-274 *Bir markanın farklı tutundurma araçlarını araştırın (ör: reklam, doktor ziyareti, broşür).	*Anlatım, Soru-Cevap, Örnek Olay Yöntem	Ö.Ç.5 Ö.Ç.5 Ö.Ç.5
15.Hafta	*Genel Değerlendirme			*Öğrendiğiniz kavramları bir ürün/marka üzerinde analiz edip paylaşmaya hazırlanın.	*Soru-Cevap	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5

Değerlendirme Sistemi %
1 Final : 60,000
2 Vize : 40,000

AKTS İş Yüğü			
Aktiviteler	Sayı	Süresi(Saat)	Toplam İş Yüğü
Derse Katılım	15	2,00	30,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	14	1,00	14,00
Vize	1	1,00	1,00
Final	1	1,00	1,00
Ara Sınav Hazırlık	7	1,00	7,00
Final Sınavı Hazırlık	15	1,00	15,00
Toplam :			68,00
Toplam İş Yüğü / 30 (Saat) :			2
AKTS :			2,00

Program Öğrenme Çıktısı İlişkisi																		
	P.Ç. 1	P.Ç. 2	P.Ç. 3	P.Ç. 4	P.Ç. 5	P.Ç. 6	P.Ç. 7	P.Ç. 8	P.Ç. 9	P.Ç. 10	P.Ç. 11	P.Ç. 12	P.Ç. 13	P.Ç. 14	P.Ç. 15	P.Ç. 16	P.Ç. 17	P.Ç. 18
Ö.Ç. 1	5	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0
Ö.Ç. 2	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	4	0
Ö.Ç. 3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	5	0	3
Ö.Ç. 4	0	5	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0
Ö.Ç. 5	4	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	4
Ortalama	1,80	3,00	0	0	0,80	0,60	0	0	0	0	0	0	0,80	0	1,60	3,00	0,80	1,40

Aşırmacılığa Dikkat ! : Raporlarınızda/ödevlerinizde/çalışmalarınızda akademik alıntılama kurallarına ve aşırmacılığa (intihal) lütfen dikkat ediniz. Aşırmacılık etik olarak yanlış, akademik olarak suç sayılan bir davranıştır. Sınıf içi kopya çekme ile raporunda/ödevinde/çalışmasında aşırmacılık yapma arasında herhangi bir fark yoktur. Her ikisi de disiplin cezası gerektirir. Lütfen başkasının fikirlerini, sözlerini, ifadelerini vb. kendinizinmiş gibi sunmayınız. İyi veya kötü, yaptığınız ödev/çalışma size ait olmalıdır. Sizden kusursuz bir çalışma beklenmemektedir. Akademik yazım kuralları konusunda bir sorunuz olursa dersin öğretim elemanı ile görüşebilirsiniz.

Engel Durumu/Uyarılama Talebi : Engel durumuna ilişkin herhangi bir uyarılama talebinde bulunmak isteyen öğrenciler, dersin öğretim elemanı ya da Nevşehir Engelli Öğrenci Birimi ile en kısa sürede iletişime geçmelidir.

General Info

Objectives of the Course

The aim of this course is to provide students with an understanding of the fundamentals of marketing and the marketing process, environmental factors affecting the marketing program, market types, market segmentation, positioning, target market selection and marketing mix elements.

Course Contents

The content of this course, which is planned on the basis of the basic principles of marketing, consists of the topics of "development of marketing, relationships between marketing and the environment, market segmentation, positioning and target market selection and marketing mix".

Recommended or Required Reading

1. (E-Book, YÖK Course Platform). Süphan Nasır. "Marketing Principles." İstanbul: İstanbul University Open and Distance Education Publications.
2. Instructor's lecture notes (PDF)
3. Mucuk, İ. "Marketing Principles," Türkmen Kitabevi, 2017.

Planned Learning Activities and Teaching Methods

Lecture, Question and Answer, Discussion, Case Study, Sampling, Role Play

Recommended Optional Programme Components

Students need to make preliminary preparations by doing research on "Role Playing / Simulation" methods.

Instructor's Assistants

There is no assistant instructor teaching the course.

Presentation Of Course

Face-to-face / Formal Education

Dersi Veren Öğretim Elemanları

Inst. Zeynep Ünal

Program Outcomes

1. Define the basic concepts and principles of marketing.
2. Will be able to analyze consumer and industrial markets.
3. Explain the relationships between macro-micro environmental factors and marketing.
4. Explain market segmentation, positioning and target market selection.
5. Explain marketing mix strategies.

Weekly Contents

Order	PreparationInfo	Laboratory TeachingMethods	Theoretical	Practise
1	Please review the course information package.	Lecture, Q&A	Course Introduction, Establishing the Relationship Between Course Learning Outcomes and Program Competencies, Providing Information on the Purpose of the Marketing Principles Course and Basic Course Resources, Reading List, and Student Responsibilities. Course Introduction	
2	Prepare to discuss the concept of marketing by examining advertisements for health products/medicines. Reading: Marketing Principles textbook, pp. 7-13	Lecture, Q&A	Introduction to Marketing, Definition of the Marketing Concept, Explanation of Basic Concepts, Development of Marketing Understanding.	
3	Reviewing current news/reports on the pharmaceutical industry and listing environmental factors Reading: Marketing Principles textbook, pp. 70-77; 109-124	Lecture, Question and Answer, Discussion	Market and Marketing Environment. Market Concept and Characteristics of Consumer and Industrial Markets. Relationships Between Marketing and the Environment. Analysis of Macro and Micro Environmental Factors.	
4	Take notes considering psychological factors when choosing a health product (e.g., vitamin, OTC medication). Reading: Marketing Principles textbook, pp. 25-36	Lecture, Case Study Discussion	Consumer Behavior II: Internal (Psychological) Factors.	

Order	PreparationInfo	Laboratory	TeachingMethods	Theoretical	Practise
5	Observe and take notes on the influence of culture, family, and social environment on medication choices. Reading: Marketing Principles textbook, pp. 36-43		Lecture, Case Study Discussion	Consumer Behavior II: External (Socio-Cultural) Factors.	
6	Identify different customer segments by observing product groups in pharmacies. Reading: Marketing Principles textbook, pp. 150-162		Lecture, Question and Answer	Market Segmentation and Target Market Selection	
7	Examine the brand positioning of pain relievers/cold medications. Reading: Marketing Principles textbook, pp. 162-168		Lecture, Case Study Discussion	Positioning	
8	Reviewing previous topics, reviewing lecture notes		Written examination	Midterm Exam	
9	Choose a health product and examine its features. Reading: Marketing Principles textbook, pp. 177-186		Lecture, Question and Answer	Product and Product Management I: Product Concept, Product Types and Product Strategies in Marketing.	
10	Considering the life cycle of products (masks, disinfectants) used during the pandemic period Reading: Marketing Principles textbook, pp. 186-191; 201-206		Lecture, Case Study Discussion	Product and Product Management II: Product Mix, New Product Concept and Product Life Cycle. Brand and Branding Strategies. Packaging.	
11	Researching the price of a pharmacy product and preparing to discuss pricing factors Reading: Marketing Principles textbook, pp. 222-231		Lecture, Question and Answer, Example	Pricing: Importance of pricing decisions. Factors affecting pricing. Objectives of pricing. Pricing policies and pricing methods.	
12	Research the process by which medications reach patients from manufacturers. Reading: Marketing Principles textbook, pp. 245-260		Lecture, Question and Answer	Distribution: Distribution Decisions. Basic Distribution Channels. Management of Distribution Channels. Wholesaling and Retailing.	
13	Examine health product promotions (TV, social media, pharmacy displays). Reading: Marketing Principles textbook, pp. 274-282		Lecture, Discussion	Integrated Marketing Communications: Promotional Decisions and Strategies. Okuma: Pazarlama İlkeleri ders kitabı, s.274-282	
14	Research a brand's different promotional tools (e.g., advertising, doctor visits, brochures). Reading: Marketing Principles textbook, pp. 271-274		Lecture, Question and Answer, Case Study Method	Promotion Mix	
15	Prepare to analyze and share the concepts you learned on a product/brand.		Question and Answer	General Evaluation	

Workload

Activities	Number	PLEASE SELECT TWO DISTINCT LANGUAGES
Derse Katılım	15	2,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	14	1,00
Vize	1	1,00
Final	1	1,00
Ara Sınav Hazırlık	7	1,00
Final Sınavı Hazırlık	15	1,00

Assesments

Activities	Weight (%)
Final	60,00
Vize	40,00

	P.O. 1	P.O. 2	P.O. 3	P.O. 4	P.O. 5	P.O. 6	P.O. 7	P.O. 8	P.O. 9	P.O. 10	P.O. 11	P.O. 12	P.O. 13	P.O. 14	P.O. 15	P.O. 16	P.O. 17	P.O. 18
L.O. 1	5			4								4						
L.O. 2		5													5		4	
L.O. 3												4			5			3
L.O. 4		5			3								4					
L.O. 5	4	5													5			4

Table :

- P.O. 1 :** Tıbbi tanıtım ile ilgili temel bilimsel bilgiye ulaşma, değerlendirme ve uygulayabilme bilgisine sahiptir.
- P.O. 2 :** Tıbbi Tanıtım ve Pazarlama alanında edindiği temel düzeydeki bilgi ve becerileri kullanarak verileri yorumlar ve değerlendirir, sorunları tanımlar, analiz eder ve çözüm için planlanan çalışmalarda yer alır/sorumluluk alır.
- P.O. 3 :** Mesleği ile ilgili etik değerleri bilir ve bu değerleri gözeterek çözüm önerilerini geliştirir.
- P.O. 4 :** Birey olarak görev, hak ve sorumlulukları ile ilgili yasa, yönetmelik, mevzuata ve mesleki etik kurallarına uygun davranır.
- P.O. 5 :** Tıbbi Tanıtım ve Pazarlama alanı ile ilgili sahip olduğu temel bilgi birikimini kullanarak verilen bağımlı ve bağımsız görevleri yerine getirir.
- P.O. 6 :** Tıbbi Tanıtım ve Pazarlama alanı ile ilgili uygulamalarda karşılaşılan ve öngörülemeyen karmaşık sorunları çözmek için sağlık ekibi üyeleri ile işbirliği yapar.
- P.O. 7 :** Yaşam boyu öğrenme bilincine sahiptir.
- P.O. 8 :** Toplumsal sorumluluk bilinci ile yaşadığı sosyal çevre içinde proje ve etkinliklere katkı verir.
- P.O. 9 :** Kalite yönetimi ve süreçlerine uygun davranır ve bu süreçlere katılır.
- P.O. 10 :** Dış görünüm, tavır, tutum ve davranışları ile topluma örnektir.
- P.O. 11 :** Bir yabancı dili kullanarak alanındaki kaynakları izler ve meslektaşları ile iletişim kurar.
- P.O. 12 :** Alanının gerektirdiği en az Avrupa Bilgisayar Kullanma Lisansı temel düzeyinde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanır
- P.O. 13 :** Tıbbi Tanıtım ve Pazarlama alanında toplumun ve dünyanın gündemindeki olayları izler ve gelişimlere duyarlıdır.
- P.O. 14 :** Diğer sağlık disiplinleri ile çalışabilme deneyimine sahiptir.
- P.O. 15 :** Tıbbi Tanıtım ve Pazarlama alanı ile ilgili konularda sahip olduğu temel bilgi ve becerileri kullanarak ilgili kişi ve kurumları bilgilendirir, düşüncelerini ve sorunlara ilişkin çözüm önerilerini yazılı ve sözlü olarak aktarır.
- P.O. 16 :** Ekonomik hayatı ve işletmenin iç ve dış çevresini analiz eder.
- P.O. 17 :** Mesleği için gerekli matematiksel hesaplama ve analizleri yapabilir.
- P.O. 18 :** Araştırma yapma yeterliklerini kazanır
- L.O. 1 :** Pazarlama ilkeleri ile ilgili temel kavram ve ilkeleri tanımlayabilir.
- L.O. 2 :** Tüketici ve endüstriyel pazarı analiz edebilecektir.
- L.O. 3 :** Makro-mikro çevresel faktörler ile pazarlama arasındaki ilişkileri açıklayabilir.
- L.O. 4 :** Pazar bölümlendirme, konumlandırma ve hedef pazarın seçimini açıklayabilir.
- L.O. 5 :** Pazarlama karması stratejilerini açıklayabilir.