

Yıl

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 106	DİJİTAL PAZARLAMA	2,00	0,00	0,00	2,00	3,00
Ders Detayı						
Dersin Dili	: Türkçe					
Dersin Seviyesi	: Önlisans					
Dersin Tipi	: Zorunlu					
Ön Koşullar	: Yok					
Dersin Amacı	: Bu dersin amacı; öğrencilerin dijital pazarlamanın temel kavramlarını, araçlarını ve stratejik yaklaşımını kavramalarını; dijital mecralarda hedef kitle analizi, içerik üretimi, kampanya planlama, ölçme-değerlendirme ve etik ilkelere uygun pazarlama uygulamaları geliştirebilmelerini sağlamaktır. Ders kapsamında öğrencilerin özellikle sağlık sektörü ve tıbbi tanıtım alanında dijital pazarlama uygulamalarını eleştirel bir bakış açısıyla analiz edebilmeleri, mevzuat ve etik sınırlar çerçevesinde dijital pazarlama çözümleri üretebilmeleri hedeflenmektedir.					
Dersin İçeriği	: Ders; dijital pazarlamanın temel kavramları, dijital tüketici davranışları, hedef kitle ve persona oluşturma, içerik pazarlaması, sosyal medya pazarlaması, arama motoru pazarlaması (SEO/SEM), e-posta pazarlaması, veri temelli pazarlama, performans ölçümü, dijital kampanya yönetimi ve sağlık sektörüne özgü dijital pazarlama uygulamaları konularını kapsamaktadır.					
Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar	: 1. Doğan, Ş. (2022). “İlaç Sektörü Pazarlama ve Satış Stratejileri”, Eğitim Yayınevi. 2. Öğretim elemanı ders notları (PDF)					
Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri	: Ders sürecinde; Anlatım, Vaka analizi, Uygulama temelli öğrenme, Grup çalışmaları, Tartışma ve beyin fırtınası, Dijital araç ve platform incelemeleri,, Sunum ve geri bildirim oturumları, gibi öğrenci merkezli öğretim yöntemleri kullanılacaktır.					
Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar	: *Ders kapsamında gerçek marka ve kampanya örnekleri üzerinden uygulamalar yapılacaktır. *Sağlık sektörüne özgü etik, yasal ve mesleki sorumluluklar özellikle vurgulanacaktır. *Öğrencilerin dijital içerik üretiminde eleştirel düşünme ve etik farkındalık geliştirmeleri teşvik edilecektir. *Grup çalışmalarında iş birliği, sorumluluk alma ve sunum becerileri desteklenecektir.					
Dersi Veren Öğretim Elemanları	: Öğr. Gör. Zeynep Ünal					
Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları	: Dersi veren yardımcı öğretim elemanı yoktur.					
Dersin Verilişi	: Ders; haftalık teorik anlatım, örnek olay incelemeleri ve uygulama çalışmalarıyla yürütülecektir. Gerektiğinde dijital araçlar ve çevrim içi platformlardan yararlanılacaktır.					
En Son Güncelleme Tarihi	: 7.02.2026 22:43:39					
Dosya İndirilme Tarihi	: 7.02.2026					

Ders Öğrenme Çıktıları
Bu dersi tamamladığında öğrenci :
1 Dijital pazarlamanın temel kavramlarını, araçlarını ve stratejik yaklaşımını açıklar.
2 Dijital tüketici davranışlarını analiz eder; hedef kitle ve dijital persona oluşturur.
3 İçerik pazarlaması ve sosyal medya stratejileri geliştirir ve uygular.
4 Dijital pazarlama kampanyalarını planlar, uygular ve yönetir.
5 Dijital pazarlama performansını ölçer, verileri yorumlar ve sonuçlara dayalı değerlendirme yapar.
6 Sağlık ve tıbbi tanıtım alanında dijital pazarlama uygulamalarını etik ve mevzuat çerçevesinde değerlendirerek çözüm önerileri geliştirir.

Ön / Yan Koşullar						
Ders Kodu	Ders Adı	Koşul	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Yerel Kredi AKTS

Haftalık Konular ve Hazırlıklar						
	Teorik	Uygulama	Laboratuvar	Hazırlık Bilgileri	Öğretim Metodları	Dersin Öğrenme Çıktıları
1.Hafta	*Ders tanıtımı, ders izlencesinin açıklanması, dijital pazarlamaya giriş			*Ders bilgi paketi incelemesi	*Anlatım, soru–cevap	
2.Hafta	*Pazarlama ve dijital pazarlama kavramları			*Temel pazarlama kavramlarının okunması	*Anlatım, tartışma	Ö.Ç.1
3.Hafta	*Dijital tüketici davranışları			*Dijital tüketici örneklerinin incelenmesi	*Vaka analizi	Ö.Ç.2
4.Hafta	*Hedef kitle analizi ve persona oluşturma			*Örnek persona araştırması	*Uygulama, grup çalışması	Ö.Ç.2
5.Hafta	*İçerik pazarlaması ve dijital hikâye anlatımı			*Başarılı içerik örnekleri inceleme	*Atölye çalışması	Ö.Ç.3
6.Hafta	*Sosyal medya pazarlaması			*Sosyal medya kampanyası örnekleri	*Uygulama, tartışma	Ö.Ç.3
7.Hafta	*Dijital kampanya planlama			*Basit kampanya taslağı hazırlama	*Grup çalışması	Ö.Ç.4
8.Hafta	*Ara Sınav					Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3
9.Hafta	*Arama motoru pazarlaması (SEO/SEM)			*SEO kavramlarının araştırılması	*Anlatım, örnek inceleme	Ö.Ç.4
10.Hafta	*E-posta ve mobil pazarlama Uygulama			*E-posta kampanya örnekleri	*Uygulama	Ö.Ç.4
11.Hafta	*Veri temelli pazarlama ve ölçümleme			*KPI kavramlarının araştırılması	*Anlatım, örnek analiz	Ö.Ç.5
12.Hafta	*Dijital pazarlamada etik ve mevzuat			*Sağlık sektörüne ilişkin mevzuat okuma	*Tartışma	Ö.Ç.6
13.Hafta	*Sağlık ve tıbbi tanıtımda dijital pazarlama			*Sağlık sektörü vaka analizi	*Vaka analizi	Ö.Ç.4 Ö.Ç.6
14.Hafta	*Öğrenci sunumları ve geri bildirim			*Sunum hazırlığı	*Sunum, akran değerlendirme	Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5
15.Hafta	*Genel değerlendirme ve dersin kapanışı			*Ders tekrar notları	*Tartışma, değerlendirme	Ö.Ç.1 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6 Ö.Ç.1 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5 Ö.Ç.6

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

AKTS İş Yüğü			
Aktiviteler	Sayı	Süresi(Saat)	Toplam İş Yüğü
Teorik Ders Anlatım	15	2,00	30,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	15	1,50	22,50
Araştırma Sunumu	1	8,00	8,00
Tartışmalı Ders	6	1,00	6,00
Vize	1	4,00	4,00
Final	1	4,00	4,00
Ara Sınav Hazırlık	1	6,00	6,00
Final Sınavı Hazırlık	1	9,50	9,50
Toplam : 90,00			
Toplam İş Yüğü / 30 (Saat) : 3			
AKTS : 3,00			

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
	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	4	4	2	2	3	1	3	1	2	1	2	4	3	1	3	4	2	2
Ö.Ç. 2	3	5	2	2	3	2	3	1	2	1	2	4	4	1	3	5	2	3
Ö.Ç. 3	2	4	3	3	4	2	3	2	2	2	2	5	4	1	4	4	2	3
Ö.Ç. 4	3	5	3	2	5	4	3	2	3	2	2	5	4	2	5	5	3	4
Ö.Ç. 5	2	4	1	1	4	3	2	1	3	1	2	5	3	1	4	5	4	4
Ö.Ç. 6	3	3	5	5	3	2	3	3	4	3	2	2	4	3	4	2	1	3
Ortalama	2,83	4,17	2,67	2,50	3,67	2,33	2,83	1,67	2,67	1,67	2,00	4,17	3,67	1,50	3,83	4,17	2,33	3,17

Ders/Program Çıktıları 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
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Aşırmacılığa Dikkat ! : Raporlarınızda/ödevlerinizde/çalışmalarınızda akademik alıntılama kurallarına ve aşırmaacılığa (intihal) lütfen dikkat ediniz Aşırmacılık etik olarak yanlış, akademik olarak suç sayılan bir davranıştır. Sınıf içi kopya çekme ile raporunda/ödevinde/çalışmasında aşırmaacılık 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.