

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 202	PAZARLAMA İLKELERİ II	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 pazarlama stratejileri, rekabetçi pazarlama yaklaşımları, müşteri değeri ve müşteri ilişkileri yönetimi, hizmet ve dijital pazarlama, satış yönetimi, marka yönetimi ve pazarlama etiği konularında bilgi ve beceri kazanmalarını sağlamaktır. Ders kapsamında öğrencilerin, pazarlama kararlarını bütüncül bir bakış açısıyla analiz edebilme ve sağlık ile tıbbi ürün/hizmet pazarlamasına yönelik uygulamaları değerlendirebilme yetkinliği kazanmaları hedeflenmektedir.					
Dersin İçeriği	: Bu ders; pazarlama stratejisi ve stratejik pazarlama planlaması, rekabet analizi ve rekabetçi pazarlama stratejileri, tüketici değer algısı, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati, ilişkisel pazarlama ve müşteri ilişkileri yönetimi (CRM), hizmet pazarlaması, dijital pazarlama ve bütünleşik pazarlama iletişimi, satış yönetimi ve kişisel satış, marka yönetimi, pazarlama etiği ve sosyal sorumluluk konularını kapsamaktadır. Ders içeriği, özellikle sağlık ve tıbbi ürün/hizmet pazarlaması bağlamında örnekler ve uygulamalarla desteklenmektedir.					
Dersin Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar	: 1. Doğan, Ş. (2022). “İlaç Sektörü Pazarlama ve Satış Stratejileri”, Eğitim Yayınevi. 2. (E-Kitap, YÖK Dersleri Platformu). Okumuş. A. "Profesyonel Satış Yönetimi", İstanbul: İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Yayınları. Yasal Uyarı: Bu kitabın basım, yayım ve satış hakları İstanbul Üniversitesine aittir. “Uzaktan Öğretim” tekniğine uygun olarak hazırlanan bu kitabın bütün hakları saklıdır. İlgili kuruluştan izin almadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kayıt veya başka şekillerde çoğaltılamaz, basılamaz ve dağıtılamaz. Okuma Önerileri: 1. Tokaç, M. (2018). İlaç endüstrisinin yaşadığı sıkıntılar. Erişim Linki: https://www.medipol.edu.tr/sites/default/files/document/SD_48_86-87.sayfalar_Mahmut_Tokac.pdf					
Planlanan Öğrenme Etkinlikleri ve Öğretme Yöntemleri	: Ders kapsamında kullanılan öğrenme etkinlikleri ve öğretim yöntemleri: Anlatım, Soru–cevap, Tartışma, Örnek olay incelemesi, Rol yapma / simülasyon, Vaka analizi, Bireysel ve grup çalışmaları. Bu yöntemler aracılığıyla öğrencilerin analitik düşünme, değerlendirme yapabilme ve pazarlama bilgilerini uygulamaya dönüştürebilme becerilerinin geliştirilmesi amaçlanmaktadır.					
Ders İçin Önerilen Diğer Hususlar	: Öğrencilerin ders kapsamında ele alınan konularla ilgili güncel sektörel gelişmeleri takip etmeleri, dijital pazarlama uygulamalarına yönelik örnekleri incelemeleri ve ders öncesinde önerilen okuma ve araştırmaları yapmaları beklenmektedir.					
Dersi Veren Öğretim Elemanları	: Öğr. Gör. Zeynep Ünal					
Dersi Veren Öğretim Elemanı Yardımcıları	: Yardımcı öğretim elemanı yoktur.					
Dersin Verilişi	: Yüz Yüze / Örgün Eğitim Ders, yüz yüze (örgün öğretim) olarak yürütülmektedir. Ders sürecinde kuramsal bilgiler aktarılmakta; örnek olaylar, tartışmalar ve uygulamaya dönük etkinliklerle öğrencilerin aktif katılımı teşvik edilmektedir.					
En Son Güncelleme Tarihi	: 7.02.2026 21:52:13					
Dosya İndirilme Tarihi	: 7.02.2026					

Ders Öğrenme Çıktıları
Bu dersi tamamladığında öğrenci :
1 Pazarlama stratejisi kavramını ve pazarlama stratejilerinin işletme hedefleriyle ilişkisini analiz edebilir.
2 Rekabet ortamını ve rekabetçi pazarlama stratejilerini karşılaştırmalı olarak değerlendirebilir.
3 Dijital pazarlama stratejileri, sosyal medya pazarlaması ve içerik pazarlaması uygulamalarını analiz ederek sektör bazlı örnekler geliştirebilir.
4 Hizmet pazarlaması, bütünleşik pazarlama iletişimi ve güncel pazarlama yaklaşımlarını dijital kanallarla ilişkilendirerek sağlık ve tıbbi ürün/hizmet pazarlamasına yönelik uygulamaları değerlendirebilir.
5 Satış yönetimi, tıbbi tanıtım, marka yönetimi ve pazarlama etiği boyutlarını dikkate alarak pazarlama kararlarını bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirebilir.

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, dersin amacı ve kapsamı. Pazarlama İlkeleri I'ın genel değerlendirmesi ve Pazarlama İlkeleri II'ye giriş			*Ders bilgi paketini inceleme	*Anlatım, Soru–Cevap	Ö.Ç.1 Ö.Ç.1 Ö.Ç.1
2.Hafta	*Pazarlama stratejisi ve stratejik pazarlama planlaması			*Bir işletmenin pazarlama hedeflerini araştırma	*Anlatım, Tartışma	Ö.Ç.1 Ö.Ç.1 Ö.Ç.1
3.Hafta	*Rekabet analizi ve rekabetçi pazarlama stratejileri			*Seçilen bir sektörde rakip analizi yapma	*Anlatım, Örnek Olay	Ö.Ç.2 Ö.Ç.2 Ö.Ç.2
4.Hafta	*Rekabet ve stratejik kararların pazarlama uygulamalarına etkisi (vaka tartışması)			*Gerçek bir marka üzerinden stratejik karar örneği inceleme	*Tartışma, Vaka Analizi	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2
5.Hafta	*Dijital pazarlamaya giriş ve dijital pazarlama stratejileri			*Bir markanın dijital pazarlama faaliyetlerini inceleme	*Anlatım, Örnek Olay	Ö.Ç.3 Ö.Ç.3 Ö.Ç.3
6.Hafta	*Sosyal medya pazarlaması ve içerik pazarlaması			*Sağlık/ilaç markalarının sosyal medya içeriklerini analiz etme	*Anlatım, Tartışma	Ö.Ç.3 Ö.Ç.3 Ö.Ç.3
7.Hafta	*Hizmet pazarlaması ve sağlık hizmetlerinde pazarlama			*Bir sağlık hizmeti örneğini değerlendirme	*Anlatım, Tartışma	Ö.Ç.4 Ö.Ç.4 Ö.Ç.4
8.Hafta	*Ara Sınav			*Önceki haftaların tekrar edilmesi	*Yazılı Sınav	Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4
9.Hafta	*Bütünleşik pazarlama iletişimi ve dijital kanallar			*Farklı tutundurma araçlarını karşılaştırma	*Anlatım, Tartışma	Ö.Ç.4 Ö.Ç.4 Ö.Ç.4
10.Hafta	*Satış yönetimi ve kişisel satış			*Satış sürecine ilişkin vaka inceleme	*Anlatım, Rol Yapma	Ö.Ç.5 Ö.Ç.5 Ö.Ç.5
11.Hafta	*Tıbbi tanıtım ve satış uygulamaları			*Tıbbi tanıtım temsilcisi rolünü araştırma	*Anlatım, Örnek Olay	Ö.Ç.5 Ö.Ç.5 Ö.Ç.5
12.Hafta	*Marka yönetimi ve marka değeri			*Bir markanın marka kimliğini analiz etme	*Anlatım, Tartışma	Ö.Ç.5 Ö.Ç.5 Ö.Ç.5
13.Hafta	*Pazarlama etiği ve sosyal sorumluluk			*Etik ihlal ve iyi uygulama örneklerini inceleme	*Anlatım, Tartışma	Ö.Ç.5 Ö.Ç.5 Ö.Ç.5
14.Hafta	*Güncel pazarlama yaklaşımları: deneyimsel, yeşil ve sosyal pazarlama			*Güncel pazarlama kampanyalarını araştırma	*Anlatım, Tartışma	Ö.Ç.4 Ö.Ç.4 Ö.Ç.4
15.Hafta	*Genel değerlendirme ve bütüncül vaka analizi			*Öğrenilen kavramların bütüncül analizine hazırlık	*Soru–Cevap, Tartışma	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 Ö.Ç.1 Ö.Ç.2 Ö.Ç.3 Ö.Ç.4 Ö.Ç.5

Değerlendirme Sistemi %
1 Ara Sınav : 40,000
3 Final : 60,000

AKTS İş Yüğü

Aktiviteler	Sayı	Süresi(Saat)	Toplam İş Yüğü
Vize	1	1,00	1,00
Final	1	1,00	1,00
Ders Öncesi Bireysel Çalışma	6	1,00	6,00
Ders Sonrası Bireysel Çalışma	6	1,00	6,00
Derse Katılım	14	2,00	28,00
Tartışmalı Ders	4	1,00	4,00
Ara Sınav Hazırlık	7	1,00	7,00
Final Sınavı Hazırlık	7	1,00	7,00
Toplam : 60,00			
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
	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	3	5	1	1	4	2	3	1	2	1	2	2	3	1	3	5	2	2
Ö.Ç. 2	2	5	1	1	3	3	2	1	2	1	2	2	3	1	3	5	2	2
Ö.Ç. 3	2	4	1	1	3	2	3	1	2	1	3	5	5	1	3	4	2	3
Ö.Ç. 4	3	4	2	2	4	3	2	2	2	1	2	4	5	2	4	4	1	2
Ö.Ç. 5	3	4	5	5	4	3	2	5	3	3	2	2	4	3	5	4	1	2
Ortalama	4,20	6,20	2,40	2,00	5,00	2,60	2,40	2,00	2,20	1,40	2,20	3,00	4,80	1,60	3,60	4,80	1,60	3,00

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
8	9	2	0	7	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	2	0	4

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