BİLECİK ŞEYH EDEBALİ ÜNİVERSİTESİ

PAZARYERİ MESLEK YÜKSEKOKULU

TIBBİ TANITIM VE PAZARLAMA

(2023-2024) Ders Bilgi Formu

Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Tüketici Davranışları	PZL216	3	2 + 0	3,0	Seçmeli

Birim Bölüm	Tıbbi Tanıtım ve Pazarlama - Ön Lisans (Yüzyüze eğitim)
Amaç	Bu ders ile öğrencilerin tüketici davranışlarını pazarlama bakış açısıyla kavramasını sağlamayı aynı zamanda tüketicinin karar verme süreçlerini ve bu süreci ve karar verme davranışını etkileyen içsel ve dışsal faktörlerin nasıl farklılaşacağını ve bu farklılıkların işletmelerin pazarlama stratejilerini nasıl etkileyeceğini anlaşılmasını amaçlanmaktadır. Ayrıca, öğrencilerin davranışsal, bilişsel ve duygulanım yaklaşımları üzerinden tüketici davranışlarını anlamalarını hedefler.
Ders İçeriği	Hedef Pazar belirlenmesi, tüketici pazarı ve özellikleri, satın alma karar süreci, tüketici örgütleri, tüketici korunması, mevcut yasalar ve yönetmeliklerin tanımlanması, satın almayı etkileyen faktörler.
Ders Veren	Öğr. Gör. Ersen Cemal SONGİL
Ders Kaynakları	Prof. Dr. Hamdi İslamığlu, Prof. Dr. Remzi Altunışık, Tüketici Davranışları, Beta., • Karabulut, Muhittin.(1989)Tüketici Davranışı : Pazarlama Yeniliklerinin Kabulü ve Yayılışı, 3. Baskı / İstanbul . , Koç, Erdoğan (2008), Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri, Global ve Yerel Yaklaşım, Seçkin Yayınları., Odabaşı, Yavuz ve Barış, Gülfidan, (2002). Tüketici Davranışı, MediaCat Yayınları.

Hafta	Konu
1	Tüketici davranışına giriş
2	Tüketici davranışları kavramı ve pazarlama
3	Tüketici davranış modellleri
4	Psikolojik faktörler, Öğrenme
5	Güdüleme
6	Algılama
7	Tutum ve kişilik
8	Değer ve yaşam biçimi
9	Sosyo-kültürel faktörler
10	Grup ve danışma grupları
11	Yeniliklerin yayılması ve konumlandırma
12	Sosyal sınıf
13	Kültür
14	Tüketici satın alma karar süreci

Ders İş Yükü	Çalışma Türü / Öğretim Metotlar	Süresi (Saat)	Sayısı
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	1	12
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme	Küçük Grup Tartışması	2	4
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme, takım çalışması	Beyin Fırtınası	1	6
Dinleme ve anlamlandırma, gözlem/durumları işleme, eleştirel düşünme, soru geliştirme	Tartışmalı Ders	1	8
Önceden planlanmış özel beceriler	Vaka Çalışması	1	5
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, durumları işleme, soru geliştirme, yorumlama, sunum	Sözlü	1	14
Ara Sınav 1		1	8
Final		2	14
	Ders İş Yükü:	89	
	AKTS (Ders İş Yükü / 25.5):	3,49	

Program Çıktıları	
1	Pazarlama, tıbbi terimler ve ilaç içerikleri ile ilgili konularında yeterli altyapıya sahip olma; bu alanlardaki kuramsal ve uygulamalı bilgileri alanında beraber kullanabilme becerisi,
2	Alanla ilgili problemleri saptama, tanımlama, formüle etme ve çözme becerisi; bu amaçla uygun güncel yöntemleri ve modelleri seçme ve uygulama becerisi,
3	Bir sistemi, sistem bileşenini ya da süreci analiz etme ve istenen gereksinimleri karşılamak üzere gerçekçi kısıtlar altında anlama becerisi; bu doğrultuda modern satış yöntemlerini uygulama becerisi,
4	Satış Yöntemleri için gerekli olan modern teknik ve araçları seçme ve kullanma becerisi; bilişim teknolojilerini etkin kullanma becerisi,
5	Bireysel olarak ve çok disiplinli akımlarda etkin çalışabilme becerisi, sorumluluk alma özgüveni,
6	Bilgiye erişebilme ve bu amaçla kaynak araştırması yapabilme, veri tabanları ve diğer bilgi kaynaklarını kullanabilme becerisi,
7	Yaşam boyu öğrenmenin gerekliliği bilinci; bilim ve teknolojideki gelişmeleri izleme ve kendini sürekli yenileme becerisi,
8	Türkçe sözlü ve yazılı etkin iletişim kurma becerisi; en az bir yabancı dil bilgisi
9	Proje yönetimi, işyeri uygulamaları, çalışanların sağlığı, çevre ve iş güvenliği konularında bilinç; uygulamalarının hukuksal sonuçları hakkında farkındalık,
10	Program alanında gerçekleşen uygulamaların evrensel ve toplumsal boyutlardaki etkilerinin bilincinde olmak; girişimcilik ve yenilikçilik konularının farkında olmak ve çağın sağlık sorunları hakkında bilgi sahibi olmak,
11	Analitik düşünce ile modern satış yöntemlerini uygular, satış yöntemleri için gerekli olan modern teknik ve araçları seçer ve kullanır, bilişim teknolojilerini etkin kullanma becerisini sergiler.
12	Tıbbi tanıtım ve pazarlama alanında kaliteli hizmet için kayıt tutar ve rapor hazırlar; araştırma ve proje uygulamalarının tüm aşamalarına katılır.
13	İlaç ve tıbbi cihaz sektörüne yönelik temel tıbbi kavramları anlar, anlatır ve kullanır.
14	Vücudun normal işleyişi ve hastalık oluşum mekanizmaları ile tedavide hedeflenmesi gereken amaçlar arasında ilişki kurar.

Ders Öğrenme Çıktısı - Program Çıktıları (1 -5 Puan Aralığı)

Ders Öğrenme Çıktısı	PÇ 1	PÇ 2	PÇ 3	PÇ 4	PÇ 5	PÇ 6	PÇ 7	PÇ 8	PÇ 9	PÇ 10	PÇ 11	PÇ 12	PÇ 13	PÇ 14
Firmaların karşılaştığı pazarlama ve tüketici davranışı sorunlarına çözüm önerisi sunabilir.	2	4	4	4	3	3	3	2	2	3	4	3	1	1
Pazarlama ve tüketici davranışı arasındaki ilişkiyi kavrar.	2	5	5	4	3	3	3	2	2	3	5	3	1	1
Temel pazarlama ve tüketim karar verme kararlarını bilerek tüketici karar verme süreçlerini öğrenir.	2	5	5	4	3	3	3	2	2	3	5	3	1	1
Ürün ve hizmetlerin konumlandırılmasında tutum oluşturma ve tutum değiştirme stratejilerini öğrenir.	2	4	4	5	3	3	3	2	2	3	4	3	1	1