BİLECİK ŞEYH EDEBALİ ÜNİVERSİTESİ

SAĞLIK BİLİMLERİ FAKÜLTESİ

SAĞLIK YÖNETİMİ

(2025 - 2026) Ders Bilgi Formu

Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Sağlık Kurumlarında Marka Yönetimi	SAY410	8	3 + 0	5,0	Seçmeli

Birim Bölüm	Sağlık Yönetimi - Lisans (Yüz Yüze)
Amaç	Dersin amacı, ürüne değer katan marka kavramı ve marka ile ilişkili kavramların açıklanarak, başarılı markaların nasıl yönetildiğinin ele alınması ve bu konuların teorik ve uygulamalı olarak öğrencilere aktarılmasıdır.
Ders İçeriği	Bu ders; pazarlama kavramı ve tanımı, pazarlama anlayışları ve sağlık hizmetleri pazarlaması, sağlık kurumlarında pazarlama süreçleri, tüketici davranışları, pazar araştırması, ürün geliştirme stratejileri, fiyatlandırma stratejileri, ara sınav, tutundurma, dağıtım, stratejik pazarlama planı, marka kavramı ve önemi, marka yönetimi, genel tekrar; konularını içermektedir.
Ders Kaynakları	Keller Kevin Lane, (2008), Strategic Brand Management, Pearson., TİLDE Heding, Charlotte F. Knutdzer,Mogens Bijerre, (2009) Brand Management: Research, theory and practice, Routledge., David, A. A. (1996), Building Strong Brands, The Free Press., Işıl Karpat Aktuğlu (2004), Marka Yönetimi, İletişim Yayınları., Aslı Yüksel, Ülkü Yüksel (2009) Marka Yönetimi ve Marka Değerinin Ölçülmesi, Beta Yayınları., Serkan Kılıç ve Hakan Altıntaş (2010), Özel Markaların Pazarlama Stratejileri, Sistem Yayıncılık

Hafta	Konu
1	Pazarlama ile ilgili temel kavramlar
2	Pazarlama ile ilgili temel kavramlar
3	Marka yönetimi
4	Marka bilinirliliği, marka imajı, marka kişiliği, marka çağrışımları
5	Markanın konumlandırması
6	Marka değeri ve ölçümü
7	Rekabete yönelik marka stratejileri
8	Ara sınav
9	Rekabete yönelik marka stratejileri
10	Marka genişlemeleri
11	Bütünleşik pazarlama iletişimi ve marka yönetimi
12	Müşteri ilişkileri yönetimi ve marka stratejileri
13	Perakendeci markaların pazarlama stratejileri
14	Örnek olaylar

Program Çıktıları	
1	Sağlık Yönetimi eğitim programı kapsamında gerekli mesleki tüm bilgiyi kavrama becerisi kazanır.
2	Sağlık Yönetimi programında öğretilen bilgileri uygulama becerisi kazanır.
3	Sağlık Yönetimi programının uygulamalarında gereken çağdaş bilgi, araç ve gereçleri kullanabilme becerisi kazanır.
4	Mesleki bilgi ve beceriyi çağdaş ve bilimsel gelişmelere uyarlayabilme becerisi kazanır.
5	Toplumun sağlık problemlerini tanımlama, modelleme ve çözme becerisi kazanır.
6	Tanımlanmış bir hedef doğrultusunda bir süreci çözümleme ve yönetim esaslarını planlama becerisi kazanır.
7	Sağlık Yönetimi eğitimini ulusal ve uluslararası çerçeve içerisinde düşünebilme becerisi kazanır.
8	Sağlık hizmetlerinin sunumundaki problemleri tanımlama, analiz etme ve sonuçları yorumlama becerisi kazanır.
9	Disiplin içi ve disiplinler arası takım çalışması yapabilme becerisi kazanır.
10	Yönetimsel becerileri geliştirerek karar alma ve organize etme becerisi kazanır.
11	Sözlü ve Yazılı iletişim becerileri kazanır.
12	Mesleki etik ve sorumluluk alma becerisi kazanır.
13	Kalite ve yeni teknolojiler konusunda bilgi sahibi olma ve kullanabilme becerisi kazanır.
14	Sağlık Yönetimi programında öğrenilen bilgiler ışığında toplumun sağlık problemlerine yönelik araştırma yapma becerisi kazanır.
15	Yaşam boyu öğrenme bilinci kazanır.

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	PÇ 15
Marka kavramını tanımlar ve markalamanın üretici, tüketici ve perakendeci açısından önemini açıklayabilir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Marka imajı, marka kişiliği, marka sadakati, marka bilinirliliği kavramlarını tanımlayabilir ve uygulamadan örnekler verebilir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Marka değeri kavramını tanımlayabilir ve marka değerinin ölçümünü açıklayabilir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sağlık ile ilişkili işletmelerin uyguladığı markalama stratejilerini açıklayabilir ve uygulamadan örnekler verebilir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ortalama Değer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/344800