BİLECİK ŞEYH EDEBALİ ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

SAĞLIK YÖNETİMİ - YL İÖ

(2022 - 2023) Ders Bilgi Formu

Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Marka Yönetimi ve Tüketici Davranışları	SAG5503		3 + 0	7,5	Seçmeli

Birim Bölüm	Sağlık Yönetimi - YL İÖ - Lisansüstü (Yüz yüze eğitim)
Amaç	Dersin amacı, ürüne değer katan marka kavramı ve marka ile ilişkili kavramların açıklanarak, marka nın tüketici davranışına etkisinin ne olduğu, 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 Veren	Prof. Dr. Sevgi GÖNÜLLÜOĞLU
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	Marka ve tüketici davranışına ilişkin 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	Markanın tüketici davranışına etkisi
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 politikaları konusunda bilgili, sağlık sektörünü çok iyi tanıyan, toplumun gereksinimlerini iyi analiz eden, profesyonel sağlık yöneticisi olabilir
2	Sağlık kurumları yönetimi ve organizasyonu, sağlık kurumlarında insan kaynakları yönetimi, sağlık hizmetlerinin pazarlaması, ve sağlık mevzuatı konularında bilgi ve beceriye sahip olabilir
3	Mesleği ile ilgili güncel gelişmeleri ve sorunları takip etme, bilim ve teknoloji alanındaki gelişmeleri izleyebilir ve mesleğine uygun bir şekilde uygulayabilir
4	Uzmanlık alanıyla ilgili araştırma yapabilir ve deneysel çalışabilir, elde ettiği verileri istatistiksel olarak değerlendirebilir ve yorumlayabilir
5	Yazılı ve sözlü iletişimde Türk dilini etkin kullanabilir; alanıyla ilgili uluslararası literatürü izleyebilme ve iletişim kurabilme açısından en az bir yabancı dili orta düzeyde bilir
6	Alanı ile ilgili her türlü veriyi derleme ve amaca yönelik olarak değerlendirerek yorumlayabilir
7	Yaratıcı ve eleştirel düşünme, sorun çözme ve karar verme gibi üst düzey zihinsel süreçleri kullanarak alanı ile ilgili yeni düşünce ve yöntemler geliştirebilir
8	Alanı ile ilgili verilerin toplanması, yorumlanması, uygulanması ve duyurulması aşamalarında toplumsal, bilimsel, kültürel ve etik değerleri gözeterek denetleyebilir ve bu değerleri öğretebilir
9	Alanı veya farklı disiplinlerdeki kongre, panel, sempozyum, vb. organizasyonlara katılarak, kendi eğitim alanıyla ilgili bilgilerini paylaşabilir ve diğer disiplinlerdeki uzmanlar ile ilişki kurarak ekip üyesi olarak çözüm yapabilir
10	Alanına ilgili bilinen/yeni tanımlanan sorunlara çözüm oluşturma amacıyla gerektiğinde disiplinler arası alanda bir araştırma projesi planlayarak ekip oluşturabilir, ekip bilinci içerisinde proje yürütebilir ve sonuçlandırabilir
11	Alanında ve alanının ilişkili olduğu konularda mevzuata hakim olabilir

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
Marka kavramını tanımlar ve markalamanın üretici, tüketici ve perakendeci açısından önemini kavrar.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Marka imajı, marka kişiliği, marka sadakati, marka bilinirliliği kavramlarını tanımlayarak uygulamadan örnekler verir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Marka değeri kavramını tanımlar ve marka değerinin ölçümü hakkında bilgi sahibi olur.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sağlık ile ilişkili işletmelerin uyguladığı markalama stratejileri hakkında bilgi sahibi olur ve uygulamadan örnekler verir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Marka stratejilerinin tüketicilerin satın alma davranışı üzerindeki etkisinin ne olduğu konusunda bilgi sahibi olmak	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/353800