



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Pazarlama İlkeleri	PZL155	1	3 + 0	4,0	Zorunlu
Birim Bölüm	Tıbbi Tanıtım ve Pazarlama - Ön Lisans (yüzyüze eğitim)				
Amaç	Pazarlama ilkelerinin ve pazarlamada yönetsel uygulamaların kavranması				
Ders İçeriği	Pazarlama ile ilgili Temel Kavramlar; Pazarlama Fonksiyonları; Pazarlamada Karar Verme; Pazarlama Planlaması; Pazarlama Yönetim Süreci; Pazarlamanın Çevre Koşulları; Satın Alma Davranışları; Hedef Pazar Kararları; Pazarlama karması Elemanlarına ilişkin Kararlar; Pazarlama planı; Pazarlama Faaliyetlerinin Denetimi				
Ders Veren	Öğr. Gör. İsmail FUNDA				
Ders Kaynakları	Pazarlama, Doç.Dr.İrfan ÇAĞLAR, Arş.Gör. Sabiha KILIÇ, Nobel Yayınları, Pazarlama İlkeleri, Prof.Dr. İsmet MUCUK, Pazarlama, Doç.Dr.İrfan ÇAĞLAR, Arş.Gör. Sabiha KILIÇ, Nobel Yayınları, pazarlama ilkeler ve yönetimi, editör: Prof. Dr. Zafer Erdoğan				

Hafta	Konu
1	Pazarlamanın Tanımı Kavramları ve Gelişimi
2	Pazarlama Çevresi
3	Pazar Çeşitleri
4	Pazar Planları
5	Pazarlama Araştırması ve Pazarlama Bilgi Sistemi
6	Mamül/Ürün
7	Fiyat
8	Ara Sınav/Tutundurma
9	Kişisel Satış ve Satış Geliştirme
10	Reklam ve Halkla İlişkiler
11	Doğrudan Pazarlama
12	İnternette Pazarlama
13	Dağıtım
14	Pazarlamada Organizasyon Yapısı

Ders İş Yükü	Çalışma Türü / Öğretim Metotları	Süresi (Saat)	Sayı
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	3	14
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim	Sınıf Dışı Çalışma	2	14
Araştırma – yaşam boyu öğrenme, yazma, okuma, Bilişim, eleştirel düşünme, soru geliştirme, yönetsel beceriler, takım çalışması	Grup Çalışması	2	5
Ara Sınav 1		10	1
Final		10	1
Ödev (Sunum)		10	1
Ders İş Yükü:		110	
AKTS (Ders İş Yükü / 25.5):		4,31	

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 teknolojiye 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
Pazarlama karması elemanlarının (ürün, fiyat, dağıtım, ve tutundurma çabaları) kavranması	-	3	3	-	-	4	-	-	-	3	-	4	-	-
Pazarlamada yönetim prensiplerinin ve pazarlama planı oluşturma sürecinin kavranması	-	3	3	-	-	4	-	-	-	4	-	4	-	-
Pazarlamada uygulanabilecek stratejiler ve kontrol yöntemlerinin kavranması	-	3	4	-	-	5	-	-	-	4	-	3	-	-
Pazarlama bilgi sistemi, pazarlama araştırması, tüketici ve endüstriyel pazarların özelliklerinin kavranması	-	3	4	-	-	3	-	-	-	3	-	4	-	-
Pazarlamada Hızlı ve Doğru Karar Verme Stratejilerini Kavrar	-	4	5	-	-	4	-	-	-	4	-	4	-	-
Ortalama Değer	-	3,2	3,8	-	-	4	-	-	-	3,6	-	3,8	-	-

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/448241>