



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Bütünleşik Pazarlama İletişimi	SAY412	8	3 + 0	5,0	Seçmeli
Birim Bölüm	Sağlık Yönetimi - Lisans (Yüz Yüze)				
Amaç	Dersin amacı, bütünleşik kurumsal iletişimin bir unsuru olarak bütünleşik pazarlama iletişiminin açıklanması ve öğrencinin bütünleşik pazarlama iletişimi strateji planı yaratması aşamasında altyapı oluşturulmasıdır.				
Ders İçeriği	Ders, öğrencilere pazarlama iletişimi stratejisi alanında yer alan bileşenler ve düşünceler hakkında bilgi vermek üzere tasarlanmıştır. Bütünleşik Pazarlama İletişimi teorileri, kavramları ve uygulamalarına odaklanan ders, reklam, satış promosyonu, halkla ilişkiler, tanıtım, kişisel satış, doğrudan pazarlama ve interaktif pazarlama unsurlarını kapsar.				
Ders Kaynakları	İzzet Bozkurt, Bütünleşik Pazarlama İletişimi.				

Hafta	Konu
1	Pazarlama iletişimi: tanımı ve gelişme nedenleri
2	Reklam
3	Reklam
4	Halkla ilişkiler ve duyurum
5	Halkla ilişkiler ve duyurum
6	Satış tutundurma ve kişisel satış
7	Satış tutundurma ve kişisel satış
8	Ara sınav
9	Ürün, fiyat ve dağıtımın iletişim boyutu
10	Ağızdan ağıza iletişim ve pazarlama
11	Bütünleşik pazarlama iletişiminde uygulama yaklaşımları ve yeni medya
12	Bütünleşik pazarlama iletişiminde uygulama yaklaşımları ve yeni medya
13	Bütünleşik pazarlama iletişimi yönetimi
14	Bütünleşik pazarlama iletişimi yönetimi

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 çözüme becerisi kazanır.
6	Tanımlanmış bir hedef doğrultusunda bir süreci çözümlenme ve yönetim esaslarını planlama becerisi kazanır.
7	Sağlık Yönetimi eğitimini ulusal ve uluslararası çerçeveye 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
Bütünleşik pazarlama iletişimi kavramını ve gelişimini tanımlayabilir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pazarlama iletişimi etkinliklerini bütünleşik bir bakış açısıyla açıklayabilir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bütünleşik pazarlama iletişiminin sağlık kurumlarındaki önemini açıklayabilir.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ortalama Değer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-