

**HARRAN ÜNİVERSİTESİ**  
**SAĞLIK HİZMETLERİ MESLEK YÜKSEKOKULU**  
**SAĞLIK TURİZM İŞLETMECİLİĞİ PROGRAMI**

Dersin Adı	Kodu	Yarıyılı	T+ U	Ulusal Kredisi	AKTS
Sağlık Turizmi Pazarlaması II	0315201	II	2	2	3
Ön Koşul Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü					
Dersi Veren					
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bu dersin amacı, Sağlık Turizminde pazarlamanın önemi, sağlık turizminde pazarlama programını etkileyen çevresel faktörleri, pazarlama bilgi sistemi ve pazarlama araştırmasını, pazar çeşitlerini, pazar bölümlenmeyi, konumlandırmayı, tüketici davranışları, tutundurma ve tutundurma politikaları, sağlık turizminde yeni yaklaşımlar, markalaşma ve marka yönetimi ve hedef pazar seçimi ve pazarlamada etişin rolünü anlamaktır.				
Dersin Öğrenme Çıktıları	<b>Bu dersin sonunda öğrenci;</b> 1. Sağlık Turizminde pazarlama ile ilgili temel kavram ve ilkeleri tanımlar. 2. Sağlık turizminde pazarlamayı etkileyen mikro ve makro çevresel faktörleri açıklar. 3. Pazarlama yöneticilerinin uygulayabildiği pazarlama karması stratejilerini öğrenir. 4. Sağlık turizmi pazarlamasında tutundurma ve tutundurma politikaları ile yeni yaklaşımları tanımlar. 5. Sağlık turizminde tutundurma ve tutundurma politikaları ile sağlık turizmindeki yeni yaklaşım sahibi olur.				
Dersin İçeriği	Pazarlama kavramı, gelişimi, pazarlama ve çevre arasındaki ilişkiler. Sağlık turizminde pazarlama kavramı, pazar bölümlendirme, stratejik pazarlama planlaması, ürün geliştirme stratejileri, pazarlama karmasının sağlık turizminde uyarlanması, konumlandırma ve hedef pazarın seçimi, pazarlama karması				
<b>Haftalar</b>	<b>Konular</b>				
1	Dersin tanıtımı ve öğrenim hedefleri				
2	Sağlık turizminde pazarlama ile ilgili kavramlar				
3	Sağlık turizminde pazarlama çeşitleri				
4	Sağlık turizminde pazarlama fonksiyonlarının sınıflandırılması				
5	Sağlık turizminde pazarlama yönetim süreci.				
6	Sağlık turizminde stratejik pazarlama planlaması				
7	Ara sınav				
8	Sağlık turizminde ürün geliştirme stratejileri				
9	Sağlık turizminde pazarlama karması ve karmasının uygulanması				
10	Sağlık turizminde pazarlama bilgi sistemi				
11	Sağlık turizminde konumlandırma ve hedef pazarın seçimi				
12	Sağlık turizminde pazar bölümlendirmesi				
13	Tüketici pazarları, satın alma karar süreci				
14	Örnek uygulama				
<b>Genel yeterlilikler</b>					
Sağlık turizminde pazarlamayı etkileyen mikro ve makro çevresel faktörleri açıklar. Pazarlama yöneticilerinin uygulayabildiği pazarlama karması stratejilerini açıklar. Sağlık turizmi pazarlamasında tutundurma ve tutundurma politikaları ile yeni yaklaşımları tanımlar. Sağlık turizminde tutundurma ve tutundurma politikaları ile sağlık turizmindeki yeni yaklaşımları açıklar.					
<b>Kaynaklar</b>					
Mucuk, İ. (2010). <i>Pazarlama İlkeleri</i> , Türkmen Kitabevi Tengilimoğlu, D. (2013). <i>Sağlık Turizmi</i> , Ankara: Siyasal Kitabevi Tengilimoğlu, D. (2011). <i>Sağlık Hizmetleri Pazarlaması</i> , Ankara: Siyasal Kitabevi					
<b>Değerlendirme Sistemi</b>					
Arasınav: %40 Final: %60 Bütünleme: %60					

