

نام درس: بازاریابی سلامت

کد درس: ۵۵

پیش نیاز یا همزمان: اقتصاد سلامت کد ۴۵ - نظامهای ارایه خدمات سلامت کد ۴۶ - ارتباطات در نظام سلامت کد ۵۰

تعداد واحد: ۲ واحد

نوع واحد: نظری

هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با اصول، قواعد، مفاهیم و مدیریت بازاریابی در محیط رقابتی صنعت سلامت، کاربرد بازاریابی در نظام سلامت و نقش آن در عرضه و تقاضا

شرح درس:

در این درس دانشجویان با مفاهیم، ماهیت و نقش بازاریابی در نظام سلامت شامل تکنیکهای بازاریابی، برنامه ریزی و راهبردهای مرتبط با بازار، عوامل موثر بر فرایند بازاریابی و کشش بازاریابی آشنا خواهند شد.

سرفصل‌ها: (۳۴ ساعت نظری)

- مقدمه ای بر مفهوم و تاریخچه تکامل بازاریابی سلامت
- استراتژی بازاریابی (تدوین طرح بازاریابی)
- ۲. عوامل محیطی موثر بر بازاریابی
- تحقیقات بازاریابی، تشخیص مشکل و سیستمهای اطلاعات بازاریابی
- نقش محصول، بررسی ویژگیهای کالا و خدمات بهداشتی درمانی در فرایند بازاریابی سلامت
- شناسایی خواسته‌ها، نیازها و تقاضاهای متنوع مشتریان (رفتار مشتری در بازار) و تاثیر آن بر بازاریابی
- رفتار مشتری / خریدار و عوامل موثر بر تصمیم گیری آن
- ارزیابی رویکردهای مرتبط با توزیع، ترویج و تبلیغات در بازاریابی سلامت
- تعیین، تشریح و ارزیابی معیارهای موثر بر بخشهای مختلف بازار سلامت
- چگونگی پایش و ارزشیابی بازار سلامت
- بررسی جنبه‌های مالی بازار یابی سلامت و بودجه برنامه ای آن
- اجزا و عناصر یک طرح بازاریابی
- تجزیه و تحلیل نقاط ضعف و قوت و فرصت‌ها و تهدیدهای بازار



روش‌های یادگیری:

سخنرانی، پرسش و پاسخ، بحث گروهی، ارایه مقاله به صورت کنفرانس توسط دانشجو

راهنمای کلی مدرس:

از مدرسین این درس انتظار می رود اولاً طرح درس جامع و مبسوطی جهت این درس تهیه نمایند، ثانیاً جهت انجام آزمون از درس مزبور پیشنهاد می شود از روشهای تکوینی و پایانی به تناسب اهداف درس استفاده گردد. شایان ذکر است که طرح درس نمونه پیوست گردیده است.

منابع اصلی درس : (آخرین چاپ)

- ۱- عرب، م. اصول بازاریابی در بخش سلامت. تهران،
- ۲- حیدرnia، م. دماری، ب. اصول و فنون بازاریابی اجتماعی در نظام سلامت. تهران،
- ۳- آرمسترانگ گ، کاتلر ف. () اصول بازاریابی (۱۴۰۰) - ترجمه اسفیدانی و همکاران -

سایر منابع:

- ۱- برکوویتس، آر. ان. اصول بازاریابی مراقبت‌های سلامت. ترجمه ابراهیمی پور، ح. مشهد، انتشارات دانشگاه علوم پزشکی مشهد.
- ۲- درگی، پ. مباحث و موضوعات بازاریابی خدمات با نگرش بازار ایران.
- ۳- روستا، ونوس د. مدیریت بازاریابی.
- ۴- فتحی ع و همکاران. راهنمای گردشگری سلامت.

شیوه ارزیابی دانشجو:

ارزیابی تکوینی: پرسش و پاسخ، ارزیابی کیفیت مقاله (مقاله جدید چاپ شده و دقیقاً مرتبط با موضوع باشد) و ارزیابی کیفیت کنفرانس ارائه شده بر اساس چک لیست، آزمون کتبی در میان ترم ارزیابی نهایی: آزمون کتبی

