

دفتر توسعه آموزش (EDO)
طرح دوره (Course Plan)

نام دوره (درس): بازاریابی در سازمان های بهداشتی درمانی

نام گروه آموزشی: مدیریت خدمات بهداشتی درمانی

نام مدرس/مدرسان: دکتر احسان زارعی

رشته/مقطع تحصیلی جمعیت هدف: کارشناسی ارشد مدیریت خدمات بهداشتی درمانی

نوع و تعداد واحد: تئوری ۲ عملی ۰ هر دو ۲

نیمسال تحصیلی: اول ۱۴۰۳-۰۴ مکان اجرا: دانشکده بهداشت روز/ساعت کلاس:

هدف کلی دوره: هدف کلی این درس آشنا کردن دانشجویان با اصول، مفاهیم و فرآیند مدیریت بازاریابی و کاربرد آن در بخش های خدماتی است. انتظار می رود دانشجویان با گذراندن این درس، دانش کافی در زمینه مبانی نظری دانش بازاریابی و کاربردهای آن و مهارت عملی در طراحی برنامه های بازاریابی برای بیمارستان ها و سایر سازمان های بهداشتی درمانی پیدا کنند.

اهداف اختصاصی دوره (رفتاری)^۱

از فراگیر انتظار می رود در پایان دوره آموزشی بتواند:

دلایل نیاز به بازاریابی در بخش سلامت را تحلیل کند

تفاوت بازار، محصولات و مشتریان بخش سلامت را با سایر بخش های خدماتی تشریح کند

محیط بازار را تحلیل و استراتژی های مختلف بازاریابی را بتواند تدوین کند

فرایند تصمیم گیری مصرف کننده فردی و صنعتی را بتواند تحلیل کند

مطالعه ای با هدف انجام تحقیقات بازار طراحی کند

استراتژی های طراحی محصول را بتواند تشریح کند

استراتژی های قیمت گذاری را توضیح دهد

شیوه های ترویج و تبلیغات محصولات بهداشتی درمانی را توضیح دهد

^۱ منظور از اهداف رفتاری، بیان انتظارات اساتید برحسب رفتار قابل مشاهده و اندازه گیری می باشد و با افعال رفتاری همچون تحلیل کردن، پیش بینی کردن، توضیح دادن، مجزا کردن، تقسیم کردن، نوشتن، محاسبه کردن، کشیدن و ... بیان می شود.

دفتر توسعه آموزش (EDO)
طرح دوره (Course Plan)

سرفصل های آموزشی دوره		
مدرس / مدرسین	عنوان یا موضوع	شماره جلسه
دکتر زارعی	مفاهیم، تعاریف، تاریخچه و کلیات بازاریابی	۱
دکتر زارعی	مفاهیم، تعاریف، تاریخچه و کلیات بازاریابی در بخش سلامت	۲
دکتر زارعی	استراتژی بازاریابی (۱)	۳
دکتر زارعی	استراتژی بازاریابی (۲)	۴
دکتر زارعی	شناخت رفتار خریدار	۵
دکتر زارعی	تحقیقات بازاریابی	۶
دکتر زارعی	تقسیم بندی بازار	۷
دکتر زارعی	رضایتمندی و وفاداری مشتری	۸
دکتر زارعی	استراتژی محصول	۹
دکتر زارعی	استراتژی قیمت	۱۰
دکتر زارعی	استراتژی توزیع	۱۱
دکتر زارعی	ترویج محصولات سلامت	۱۲
دکتر زارعی	تبلیغات در بخش سلامت	۱۳
دکتر زارعی	فروش شخصی و مدیریت فروش	۱۴
دکتر زارعی	کنترل و پایش عملکرد بازاریابی	۱۵
-	ارائه های دانشجویان	۱۶
-	آزمون پایان ترم	۱۷

دفتر توسعه آموزش (EDO)
طرح دوره (Course Plan)

شیوه (های) تدریس:

- سخنرانی
- بحث گروهی
- پروژه دانشجویی
-

وسایل کمک آموزشی:

- کامپیوتر
- ویدئو پروژکتور
-
-

شیوه (های) ارزشیابی های دوره:

- آزمون پایان ترم
- مشارکت کلاسی
- ارائه و نقد مقاله
-

منابع مورد استفاده (فارسی و انگلیسی):

- اصول بازاریابی در بخش سلامت (ترجمه: دکتر عرب، دکتر زارعی و همکاران)
- اصول بازاریابی کاتلر (ترجمه: بهمن فروزنده)
- Health Services Marketing: A Practitioner's Guide (By Richard K. Thomas)
- ژورنال های مرتبط مثل Journal of health care marketing /Health Marketing Quarterly
-
-
-
-