



هدف کلی درس :

آشنایی دانشجویان با اصول، قواعد و فرآیند مدیریت بازاریابی، سنجش استراتژی های بازاریابی، شناخت رویکردهای تجزیه و تحلیل بازار، بررسی کاربرد بازاریابی در خدمات بهداشتی و درمانی و نقش عرضه و تقاضا در بازار.

شرح درس :

این درس زمینه را برای آشنایی دانشجویان با مفهوم، ماهیت و نقش بازاریابی در خدمات و مراقبت‌های بهداشتی فراهم می کند و آنان را از تکنیکها و اصول کاربردی بازاریابی در بهداشت، شامل : برنامه ریزی، تصمیم گیری و استراتژی های مرتبط با بازار، روشهای تجزیه و تحلیل ساختار شرکت ها و بخشهای مختلف بازار، نقش عوامل محیطی مؤثر بر فرآیند بازار (نظیر رقبا، مشتریان و ...)، پژوهش در بازار کار، نقش رسانه ها و استراتژی های تبلیغاتی در بازاریابی، (بررسی) کنش بازاریابی و ... آگاه می سازد.

سرفصل دروس : (۳۴ ساعت)

- مقدمه ای بر تاریخچه و تعریف بازار و بازاریابی
- بررسی سیر تاریخی بازاریابی
- تشریح فرآیند بازاریابی و عوامل محیطی مؤثر بر آن (فاکتورهای اجتماعی، اقتصادی و ...)
- بررسی نقش بازاریابی در سازمانهای مراقبت بهداشتی و معرفی منابع اطلاعات مرتبط
- بررسی نقش محصول، قیمت یابهای تولید و خدمت، مکان و ارتقاء تولید یا خدمات در فرآیند بازاریابی
- شناسایی خواسته ها، نیازها و تقاضاهای متنوع مشتریان (رفتار مشتری در بازار) و تأثیر آن بر بازاریابی
- شناسایی و بکارگیری اصول و مبانی بازاریابی استراتژیک و تعیین استراتژی های بازاریابی
- تشریح فرآیند تصمیم گیری ارائه دهندگان و دریافت کنندگان خدمات بهداشتی و شناسایی عوامل مؤثر بر این فرآیند

- تجزیه و تحلیل اجزا و عناصر یک طرح بازاریابی
- ارزیابی رویکردهای مرتبط با تبلیغ، ارتقاء و روابط مؤثر بر تصمیم ها و انتخابات مشتریان
- تشریح و ارزیابی رویکردهای متعدد مرتبط با بخشهای مختلف بازار
- تعیین، تشریح و ارزیابی معیارهای مؤثر بر بخشهای مختلف بازار
- ارزیابی قیمت های بازار و چگونگی توسعه بودجه در بازار
- تشریح رویکردهای مختلف عرضه خدمات بهداشتی و توزیع آن در بازار
- تجزیه و تحلیل نقاط ضعف، قوت، تهدید ها و فرصت های بازار
- چگونگی پایش و ارزشیابی بازار، برنامه ریزی طرح بازار
- بررسی جنبه های مالی بازاریابی و بودجه برنامه ای
- بحث و نتیجه گیری
- سایر موضوعات مرتبط با درس



منابع اصلی درس :

- 1- Berkowitz, E., "Essentials of Health Care Marketing", Prentice- Hall Armstrong, 2004.

روش ارزشیابی دانشجویان در حیطه های مختلف :

- ۱- شرکت فعال در کلاس و انجام تکالیف
- ۲- امتحان میان دوره
- ۳- امتحان پایان دوره