

ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	260608 2606614	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	6 ^ο
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΜΟΝΑΔΩΝ ΥΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΝΟΙΑΣ		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Διαλέξεις	3		
Ασκήσεις Πράξης	0		
Εργαστηριακές Ασκήσεις	0		
ΣΥΝΟΛΟ	3	5	
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΕΙΔΙΚΟΥ ΥΠΟΒΑΘΡΟΥ		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:			
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	http://ommt.ihu.gr/wp-content/uploads/courses21/210608_Per_Mkt_Monadon_Ygeias.pdf		
Μαθησιακά Αποτελέσματα			
Σκοπός του μαθήματος είναι να εισαγάγει τους φοιτητές στις βασικές αρχές, έννοιες και πρακτικές του Μάρκετινγκ στο χώρο της Υγείας. Με το τέλος του μαθήματος οι φοιτητές αναμένεται να είναι σε θέση να μπορούν να αξιολογήσουν τις «τεχνικές» marketing και προώθησης των υπηρεσιών υγείας ελέγχοντας παράλληλα το λειτουργικό marketing των οργανισμών. Με την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος οι φοιτητές και οι φοιτήτριες θα είναι σε θέση να εφαρμόσουν τις γνώσεις που απέκτησαν και θα έχουν αποκτήσει δεξιότητες και ικανότητες που σε συνδυασμό με την ταξινόμηση κατά Bloom τα μαθησιακά αποτελέσματα αναλύονται ως ακολούθως: Γνώσεις 1. ΓΝΩΣΗ: • Εξηγήσει το εννοιολογικό περιεχόμενο και τις προσεγγίσεις του μάρκετινγκ. • Περιγράψει την δομή και τα χαρακτηριστικά της προσφοράς και ζήτησης στην υγεία και την σχέση τους με την φιλοσοφία του μάρκετινγκ. 2. ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ: • Περιγράψει τον ρόλο, την λειτουργία, τους στόχους και τις στρατηγικές σχετικά με την τιμολόγηση προϊόντων υγείας. • Περιγράψει τον ρόλο, την λειτουργία, τους στόχους και τις στρατηγικές σχετικά με το μίγμα επικοινωνίας και προώθησης στην υγεία. Δεξιότητες 3. ΕΦΑΡΜΟΓΗ: • Αναλύσει τους τρόπους με τους οποίους εντοπίζονται οι ανάγκες και οι επιθυμίες των καταναλωτών υπηρεσιών υγείας και πρόνοιας. 4. ΑΝΑΛΥΣΗ: • Αναλύσει την έννοια και την χρησιμότητα του μίγματος μάρκετινγκ τόσο για μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς όσο και για ιατρικές μονάδες και οργανισμούς, και να διακρίνει τα χαρακτηριστικά των στοιχείων που το απαρτίζουν. 5. ΣΥΝΘΕΣΗ: Θα δημιουργεί και θα οργανώνει όλα τα επιμέρους δεδομένα που είναι αναγκαία στην σύνταξη και στην εφαρμογή του επιχειρηματικού σχεδίου Ικανότητες 6. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ: Θα είναι σε θέση να αξιολογήσει και να υποστηρίξει με επιτυχία μια επιχειρηματική δραστηριότητα. Παράλληλα θα είναι ικανός να ορίσει ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα μάρκετινγκ για λογαριασμό μιας επιχείρησης.			
Γενικές Ικανότητες			
✓ Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών ✓ Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις ✓ Λήψη αποφάσεων ✓ Αυτόνομη εργασία ✓ Ομαδική εργασία ✓ Εργασία σε διεθνές περιβάλλον ✓ Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον ✓ Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών ✓ Σχεδιασμός και διαχείριση έργων			

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

1. Marketing Υπηρεσιών και οι οργανισμοί Υγείας
2. Συμπεριφορά του καταναλωτή υπηρεσιών υγείας
3. Στρατηγικές Ανάπτυξης Πωλήσεων & ο Ρόλος της Συναισθηματικής Νοημοσύνης στις Πωλήσεις.
4. Social Media στον Κλάδο Υγείας: Επιχειρηματικά μοντέλα e-Health.
5. Τιμολόγηση Υπηρεσιών & Φαρμάκων.
6. Κατάστρωση σχεδίων μάρκετινγκ. Τμηματοποίηση της αγοράς υγείας, στόχευση και τοποθέτηση.
7. Ανάλυση του ανταγωνισμού. Μίγμα μάρκετινγκ και τα 4 “Π”.
8. Μίγμα επικοινωνίας στην υγεία: μοντέλα επικοινωνίας,
9. Στόχοι και τεχνικές προώθησης των πωλήσεων,
10. Σχεδιασμός εσωτερικής και εξωτερικής προώθησης των πωλήσεων, λειτουργία του merchandising,
11. Στόχοι και στρατηγική της διαφήμισης, ανάπτυξη διαφημιστικής καμπάνιας,
12. Στόχος και τεχνικές δημόσιων σχέσεων,
13. Οργάνωση και στόχοι προσωπικών πωλήσεων.