

برنامج مقياس التسويق الصحي للسنة الثانية ماستر تخصص تسويق الخدمات

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول التسويق الصحي

1. الخدمة الصحية

- مفهوم الخدمة الصحية
- تصنيف الخدمات الصحية
- خصائص الخدمة الصحية

2. تسويق الخدمات الصحية

- مفهوم تسويق الخدمات الصحية
- أسباب الاهتمام بتسويق الخدمات الصحية
- التطور الفكري لتسويق الخدمة الصحية
- أهمية التسويق في المنظمات الصحية
- خصائص التسويق الصحي

الفصل الثاني: سوق الخدمات الصحية

1. البيئة التسويقية للمؤسسة الصحية

2. سلوك مستهلك الخدمة الصحية

3. العوامل المؤثرة على عرض الخدمة الصحية

4. سوق الخدمات الصحية

- مفهوم سوق الخدمة الصحية
- خصائص الخدمة الصحية
- تقسيم سوق الخدمة الصحية

الفصل الثالث: المزيج التسويقي الصحي

1. المنتج/الخدمة الصحية: مفهوم الخدمة الصحية، دورة حياة المنتج الصحي، تطوير المنتج الصحي،...
2. تسعير الخدمة الصحية: مفهوم، أهداف، العوامل المؤثرة، طرق التسعير،....
3. توزيع الخدمة الصحية: مفهوم، أهمية، العوامل المؤثرة، طرق التوزيع،....
4. ترويج الخدمة الصحية: مفهوم، أهداف، المزيج الترويجي،....
5. العناصر الإضافية : الأفراد، العمليات و الدليل المادي