
האוניברסיטה העברית בירושלים

סילבוס

יסודות השיווק למקצועות הרפואה - 98475

תאריך עדכון אחרון 17-04-2015

נקודות זכות באוניברסיטה העברית: 2

תואר: מוסמך

היחידה האקדמית שאחראית על הקורס: בריאות הציבור ורפואה קהילתית

השנה הראשונה בתואר בה ניתן ללמוד את הקורס: 2

סמסטר: סמסטר ב'

שפת ההוראה: עברית

קמפוס: עין כרם

מורה אחראי על הקורס (רכז): דר' מוטי אמר

דוא"ל של המורה האחראי על הקורס: mamar@ono.ac.il

שעות קבלה של רכז הקורס: יום ד' בין 13:30 - 15:00

מורי הקורס:

תאור כללי של הקורס:

המטרה הבסיסית של הקורס הנה להציג מסגרת כוללת לקבלה וניתוח של החלטות שיווקיות אסטרטגיות וטקטיות למקצועות הבריאות. בבסיס הקורס נמצאת גישה "ערך" לשיווק. אשר גורסת כי מטרת העל בשיווק היא יצירת ערך ללקוח, לחברה עצמה ולשותפים האסטרטגיים שלה. מוקד הקורס יהיה יצירת ערך באמצעות כלים שיווקיים למקצועות הבריאות.

מטרות הקורס:

- (1) לחבר תיאוריות מתחום השיווק לפעולות אשר מבוצעות בשטח על ידי משווקים במקצועות הבריאות
- (2) להגביר את השימוש בכלים שיווקיים לצורך קבלת החלטות באירגוני בריאות
- (3) להגביר את ההכרות עם אתגרים שיווקיים של מערכות בריאות

תוצרי למידה

בסיומו של קורס זה, סטודנטים יהיו מסוגלים:

- (1) הקניית ידע וכלים בסיסים בשיווק אשר יוכלו לסייע לעוסקים במקצועות הבריאות בעבודתם
- (2) פיתוח יכולת לבניית תוכנית שיווקית להתמודדות עם בעיות בשיווק מקצועות הבריאות

דרישות נוכחות (%) :

אין

שיטת ההוראה בקורס: הוראה פרונטאלית

רשימת נושאים / תכנית הלימודים בקורס:

- (1) מבוא לשיווק ולימוד מושגי יסוד
- (2) שיווק לאירגוני בריאות
- (3) ניתוח וזיהוי הזדמנויות שיווקיות
- (4) תכנון אסטרטגיה שיווקית
- (5) פילוח, כיוון ומיצוב
- (6) תכנון תמהיל השיווק
- (7) הבנת צרכני בריאות

חומר חובה לקריאה:

(1) Kotler, Philip, Joel Shalowitz, and Robert J. Stevens. Strategic marketing for health care organizations: building a customer-driven health system. John Wiley &

Sons, 2011.
(2) Kotler, Philip and Kevin lane keller. Marketing management (14th Edition),
Pearson.

חומר לקריאה נוספת:

- (1) Sargeant, Adrian. Marketing management for nonprofit organizations. Oxford:
Oxford University Press, 1999.
(2) Scott, W. Richard, ed. Institutional change and healthcare organizations: From
professional dominance to managed care. University of Chicago Press, 2000.
(3) Corbin, Christopher L., Scott W. Kelley, and Richard W. Schwartz. "Concepts in
service marketing for healthcare professionals." *The American Journal of Surgery*
181.1 (2001): 1-7.
(4) Wind, Yoram, and Lawrence K. Spitz. "Analytical approach to marketing
decisions in health-care organizations." *Operations Research* 24.5 (1976): 973-990.

הערכת הקורס - הרכב הציון הסופי :

מבחן מסכם בכתב/בחינה בעל פה 0 %
הרצאה 0 %
השתתפות 0 %
הגשת עבודה 100 %
הגשת תרגילים 0 %
הגשת דו"חות 0 %
פרויקט מחקר 0 %
בחנים 0 %
אחר 0 %

מידע נוסף / הערות:

אין