



جامعة فيلادلفيا

كلية: العلوم الإدارية والمالية

قسم: التسويق

خطة تدريس المادة

Course Syllabus

رمز المادة: 0350240	المادة: التسويق الصحي
المتطلبات السابقة أو/ والمرافقة: 0350110	مستوى المادة: الثالثة
الساعات المعتمدة:	موعد المحاضرة:

عضو هيئة التدريس		الاسم	الرتبة الأكاديمية	رقم المكتب وموقعه	الساعات المكتبية	البريد الإلكتروني

وصف المادة:

التعرف على طبيعة التسويق في قطاع الخدمات الصحية وكيفية تحليل المنتج الصحي ووضع الاستراتيجيات المناسبة وتحليل البيئة التسويقية وسلوك المستهلك وطرق تسعير المنتج الصحي والدوائي والإلمام بمفهوم المنتجات الصحية والقرارات المتعلقة بتطويرها .

أهداف المادة:

يهدف هذا المساق الى :

- التعرف على طبيعة الخدمات الصحية .
- تحديد مكونات نموذج سلوك المستهلك من الخدمات الصحية والعوامل المؤثرة في سلوك المستهلك .
- الإلمام بمفهوم المنتجات الصحية والقرارات المتعلقة بتطويرها .
- التعرف على طرق تسعير الخدمات الصحية .
- التعرف على مشكلات المنظمات الصحية وطرق العلاج .

مكونات المادة:

- 1- الكتب المقررة: أ.د. محمد عبيدات ، د. جميل دبابنه، "التسويق الصحي والدوائي" ، دار وائل للنشر، عمان، 2006
- 2- المواد المساندة (أشرطة فيديو، أشرطة صوتية) برامج وثائقية ، برامج مساعدة، محاضرات وندوات اضافية ورشات عمل خارجية وداخلية ،

3- القراءات الإضافية : المراجع العلمية في المكتبة، المواقع الالكترونية، الارشاد العلمي من قبل الاستاذ المتخصص

4- دليل دراسة المادة : حسب الخطة العلمية الموزعة على الطلبة والتي تحتوي على كافة المعلومات بالاضافة الى ارشاد مدرس المادة

5- دليل الواجبات/ الوظائف، التجارب العلمية : مرفق في الخطة الدراسية وفق برنامج زمني موضح ومحدد لهذه الغاية وبشكل اسبوعي

طرق التدريس:

محاضرات، مجموعات نقاش، مجموعات تدريس، حل مسائل، مناظرات، تمارين، حلقات بحث، ورشات عمل، أنشطة ميدانية وعناصر الخدمة ومكوناتها وعناصر المزيج التسويقي الخدمي والاستراتيجيات التسويقية للمنتجات الخدمية

نتائج التعلم Learning outcomes

1. المعرفة والفهم Knowledge and understanding

معرفة طبيعة التسويق في مجال الخدمات الصحية والدوائية والالمام بطبيعة هذه المنتجات وخصوصيتها وفهم اساليب تسعيرها وتوزيعها وترويجها واتقان وضع الاستراتيجيات المناسبة لهذا النوع من المنتجات مع مراعاة خصوصية المنتج وخصوصية السلوك الاستهلاكي وطبيعة المستهلك لهذه المنتجات.

2. مهارات الإدراك ومحاكاة الأفكار Cognitive skills

تتم تنمية مهارات الادراك ومحاكاة الافكار من خلال:

- الحالات الدراسية
- التمارين الصفية التطبيقية
- الرحلات الميدانية
- حلقات النقاش والبحث

3. مهارات الاتصال والتواصل الأكاديمي (مع المصادر والأشخاص Communication skills)

يتم التواصل والاتصال من خلال

- المحاضرات المباشرة
- الساعات المكتنية للمدرس
- البريد الالكتروني
- الموقع الخاص لعضو الهيئة التدريسية

4. مهارات عملية خاصة بالتخصص والمهنة ذات العلاقة

Practical and/ or professional skills (Transferable Skills)

- تتم هذه العملية من خلال استضافة خبير خارجي متخصص في هذا المجال وايضا تنظيم زيارات الى مواقع العمل ذات التخصص لتنمية مهارات التخصص .
- المشاركة والتنظيم في ورشات عمل ذات علاقة اما ان تكون داخلية او خارجية
- مساق التدريب الميداني وما يقدمه من فرصة ممارسة التدريب وتقوية المهارات العملية

أدوات التقييم:

- تقارير، أبحاث قصيرة، مشاريع
- امتحانات قصيرة
- واجبات
- تقديم شفوي للأبحاث والتقارير
- امتحانات فصلية ونهائية

الأمانة العلمية والتوثيق

• أسلوب التوثيق (مع أمثلة توضيحية) المحاضر والكتب الرسمية، التصوير ، كتابة التقارير في حالة اقتباس اي معلومه عند اعداد تقارير او عرض أو بحث, يجب اتباع اسلوب التوثيقي التالي APA Style :

المقالات في المجلات العلميه: المؤلف . (سنة النشر). عنوان المقال. اسم المجله, مجلد (عدد), رقم الصفحه من-الى.

مثال:

Anderson, R. E.; Srinivasan, S. S. (2003). E-satisfaction and E-loyalty: A contingency framework. *Psychology and Marketing*, 20 (2), 99-121.

الكتب: المؤلف . (سنة النشر). عنوان الكتاب (الطبعه). المدينه: دار النشر

مثال:

Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.

المواقع الالكترونيه: الموقع الالكتروني (السنة). العنوان. متاح في الموقع الالكتروني.....

حصل عليه في تاريخ/.../....

مثال:

Alexa (2012). Top sites-shopping. Available in www.alexacom.com.
Obtained 5/10/2012.

- إسناد الحقوق الفكرية لأصحابها : يتم من خلال التوثيق الرسمي واسناد الحقوق لاصحابها بباطرق الرسمية والقانونية
- الابتعاد عن السطو الأكاديمي Plagiaries : يجب الابتعاد عن نسب اي معلومه لكاتب ما الى الطالب أو الباحث, والحفاظ على الأمانه العلميه. ويتم ذلك بنسب اي معلومه, نموذج, جدول الخ.. الى صاحبها سواء في النص أو في المراجع , بالطرق المذكوره اعلاه . ويجب الابتعاد عن تصوير الكتب أو أجزاء منها من غير الرجوع الى المؤلف.

توزيع العلامات على أدوات التقييم

الدرجة	أدوات التقييم
20	الامتحان الأول
20	الامتحان الثاني
40	الامتحان النهائي
20	التقارير و/أو الأبحاث / الواجبات / المشاريع / الامتحانات القصيرة
100	المجموع

- طريقة التعليم: محاضرة 50% بحث 20% عملي 30%
- أسلوب الإمتحان: كتابي شفهي كتاب مفتوح

توزيع المادة على الفصل الدراسي

الأسبوع	المادة الأساسية والمساعدة المطلوب تغطيتها	الوظائف والتقارير ومواعيد تقديمها
الأول	مقدمة في التسويق الصحي والدوائي مفهوم التسويق والخدمات التسويقية مفهوم التسويق الصحي التطور الفكري للتسويق الصحي	الامتحان القبلي زيارة المكتبة والتعرف على المراجع المخصصة لهذه المادة
الثاني	حاجة المستشفيات للتسويق اهمية التسويق للمستشفيات الخصائص المميزة للتسويق	مثال من واقع المستشفى للاستدلال في العمل النظري
الثالث	نظم المعلومات التسويقية التعريف والاهمية آلية العمل مكونات النظام مجالات بحوث التسويق لتسويق صحي	حالة دراسية
الرابع	التخطيط التسويقي في المستشفى مزايا التخطيط التسويقي الابعاد الزمنية للتخطيط مضامين التخطيط الاستراتيجي الصحي	حلقة نقاش
الخامس	تجزئة السوق الصحي واختيار السوق المستهدف مفهوم التجزئة خطوات التسويق المستهدف	تقرير نهاية الفصل عن تجزئة الاسواق الصحية
السادس	منتجات المستشفى الاهمية التسويقية مزيج المنتج الصحي	الامتحان الأول حل ومناقشة الامتحان وتوزيع العلامات
السابع	المنتجات الجديدة دورة حياة المنتج الصحي	حالة دراسية
الثامن	النوعية في الخدمة الصحية	زائر خارجي

	تعريف واهمية النوعية العناصر المؤثرة في النوعية ابعاد النوعية النوعية ورضا المستهلك	
تقرير حول زيارة الضيف والمواضيع التي تناولها	الترويج الصحي مفهوم الاتصالات نظام الاتصالات	التاسع
تطبيقات وامثلة من واقع السوق الصحي الاردني	اهمية الترويج الصحي اهداف الترويج الصحي عناصر المزيج الترويجي	العاشر
الامتحان الثاني حل ومناقشة الامتحان وتوزيع العلامات	التسعير للخدمات الصحية تعريف السعر ابعاد مفهوم الاسعار واهميته تكاليف الخدمة الصحية	الحادي عشر
دراسة مقارنة للاسعار	دور السعر في المزيج التسويقي الصحي الاعتبارات المؤثرة في قرار السعر اهداف التسعير في المنظمات الصحية	الثاني عشر
زيارة ميدانية للمستشفى	استراتيجيات التسعير تسعير الخدمات الصحية الجديدة	الثالث عشر
تقرير عن الزيارة	التوزيع للخدمات الصحية معنى التوزيع الصحي القرارات المتعلقة بتوزيع الخدمات الصحية التطبيق عن بعد	الرابع عشر
اختبار تجريبي	تنظيم ادارة التسويق وهيكلتها التنظيمية في المستشفى تنظيم ادارة التسويق سمات التنظيم الجيد دور ادارة التسويق الصحي في المستشفيات	الخامس عشر امتحان تجريبي (اختياري)
مراجعة مع الاستاذ مكتيبا لمن يرغب	الامتحان النهائي	السادس عشر

حجم العمل الملقى على عاتق الطالب: ما لا يقل عن ساعتين مقابل كل ساعة تدريس

سياسة الحضور والغياب:

لا يسمح للطالب بالتغيب أكثر من 15% من الساعات المقررة للمادة بدون عذر مرضي أو قهري يقبله عميد الكلية إذ يترتب اعتبار الطالب منسحباً من المادة في حالة قبول العميد للعذر، بينما يمنع من التقدم للامتحان النهائي وتكون علامته في المادة صفراً في حالة عدم قبول العميد للعذر المرضي أو القهري.

المراجع العلمية للمادة

• الكتب

1. أ.د. محمد عبيدات ، د. جميل دبابنه، "التسويق الصحي والدوائي" ، دار وائل

للنشر، عمان، 2006

2. يوسف ، ردينة عثمان ، التسويق الصحي و الاجتماعي.- عمان: دار المناهج للنشر

و التوزيع، 2008

3. البكري، ثامر ياسر ، تسويق الخدمات الصحية.- عمان: دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، 2005
• الدوريات العلمية

Journals

Journal of Marketing
Journal of Consumer Research

• المواقع الإلكترونية Websites

www.aam-ar.com