

نام درس: کارآفرینی در نظام سلامت کد درس: ۵۷

پیش‌نیاز یا همزمان: ندارد

تعداد واحد: ۲ واحد

نوع واحد: نظری

هدف کلی درس: هدف اصلی این درس شناخت و یادگیری دانشجویان در زمینه‌های کارآفرینی و بازاریابی و خلق ثروت در نظام سلامت است.

شرح درس:

در این درس انتظار می‌رود دانشجو با مفاهیم و روش‌های خلاقیت و نوآوری و کارآفرینی در نظام سلامت، مفهوم آینده پژوهی به عنوان پارادایمی نوین در نظام سلامت و مفهوم بازاریابی و بازاریابی اجتماعی در نظام سلامت، آشنا شود. همچنین با بررسی نیازهای فعلی و آتی، تجزیه و تحلیل تقاضا در حوزه سلامت، سعی در تولید دانش مبتنی بر شواهد و ارتقا فرایندها و تجاری سازی کالا و خدمات در نظام سلامت نماید.

رئوس مطالب (۳۴ ساعت نظری):

- مفاهیم و روش‌های خلاقیت و نوآوری
- فرآیندهای کارآفرینی
- مبانی خلاقیت و فنون و روشهای خلاق
- عناصر و فرایندهای کارآفرینی
- انگیزه‌ها و موانع کارآفرینی
- الگوهای ذهنی کارآفرینان و مدیران نظام سلامت،
- کسب مهارت‌های کارآفرینی
- جایگاه کارآفرینی در دانشگاه نسل سوم
- مفهوم آینده پژوهی به عنوان پارادایمی نوین در نظام سلامت،
- روش‌های آینده پژوهی
- تدوین و تحلیل سناریو
- رویکردهای مختلف سناریو نویسی
- مفهوم بازاریابی در نظام سلامت
- نقش بخش دولتی و خصوصی در بازار سلامت
- اصول و فنون بازاریابی
- تجارت الکترونیک
- مدیریت کسب و کار
- بازاریابی اجتماعی
- فرآیندهای برنامه ریزی بازاریابی محور و غیر بازاریابی محور
- استراتژی بازاریابی
- شناخت مشتری، رفتار خریدار و تحقیقات بازار
- تقسیم بندی قیمت و توزیع بازار



منابع اصلی درس : (آخرین چاپ)

- برکویتز اریک. اصول بازاریابی در بخش سلامت. مترجم: دکتر محمد عرب، دکتر احسان زارعی، دکتر رقیه خبیری، دکتر بهروز پورآقا. انتشارات جهاد دانشگاهی واحد تهران
- کاتلر فیلیپ، آرمسترانگ گری. اصول بازاریابی. مترجم: بهمن فروزنده،
- کتاب کارآفرینی و ایجاد کسب و کار موفق، نوشته از: جون ساتکین، ترجمه سیامک صادقی خیابانیان، نشر پلک
- آینده پژوهی و تجزیه و تحلیل سناریو(مرور کلی، ارزیابی و معیارهای انتخاب)، نوشته حنا کاسو و روبرت گاسنر، ترجمه محسن رستمی، آزاده کتبی و غلامرضا خجسته، انتشارات پشتیبان
- پنج عینک آینده نگری (چگونه با کمک مدل ELTVILLE آینده را بهتر پیش بینی و درک نماییم) نوشته پیئرو میتچیتچ، ترجمه بهاره ادمیت، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.
- Barbara Wooldridge, Kerr Camp. Healthcare Marketing - Strategies for Creating Value in the Patient Experience (First Edition). Cognella Academic Publishing.
- Steven G. Hillestad, Eric N. Berkowitz. Health Care Market Strategy. Jones & Bartlett learning.
- Glenn E. Pearson. Thriving in the Healthcare Market: Strategies from an Industry-Insider for Selling Your Product. Taylor & Francis.
- Richard K. Thomas. Marketing Health Services. Health Administration Press.

شیوه ارزشیابی دانشجوی:

- حضور و شرکت فعال در کلاس ۱۰٪
- آزمون در طول نیمسال تحصیلی ۲۰٪
- انجام تکلیف کلاسی ۲۰٪
- آزمون کتبی پایان نیمسال ۵۰٪

