**بسمه تعالی**

**راهنمای واحد درسی کارآفرینی در نظام سلامت درنیمسال اول سال تحصیلی 1403-1404**

**مدرس / مدرسین: دکتر رحیم خدایاری – بهنام امینی**

**پیش نیاز یا واحد همزمان:**

**تعداد واحد : 2** **نوع واحد :**  **2 واحد نظری مقطع** : **کارشناسی ارشد**

**تعداد جلسات** : 16 جلسه

**تاریخ شروع و پایان جلسات :** **25 بهمن 1401 – 23 خرداد 1402**

**زمان برگزاری جلسات در هفته : روزهای چهار شنبه** ساعت 12-10

**مکان برگزاری جلسات حضوری : دانشکده مدیریت و اطلاع‌رسانی پزشکی**

**مقدمه:**

در این درس انتظار میرود دانشجو با مفاهیم و روشهای خلاقیت و نوآوری و کار آفرینی 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.

**جدول زمان بندی :**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **سخنران مبحث** | **مبحث** | **تاریخ** | **شماره** |
| **دکتر خدایاری** | معرفی درس و ارائه طرح درس، معرفی مفاهیم و اصطلاحات و تعییین مباحث سخنرانی دانشجویان  |  |  |
| **امینی** | مفاهیم و روشهای خلاقیت و نوآوری فرآیندهای کارآفرینی |  |  |
| **امینی** | مبانی خلاقیت و فنون و روشهای خلاق   |  |  |
| **امینی** | عناصر و فرایندهای کارآفرینی انگیزه ها و موانع کارافرینی |  |  |
| **امینی** | الگوهای ذهنی کارافرینان و مدیران نظام سلامت  |  |  |
| **امینی** | کسب مهارتهای کارآفرینی |  |  |
| **امینی** | جایگاه کارآفرینی در دانشگاه نسل سوم |  |  |
| **امینی** | مدیریت کسب و کار  |  |  |
| **دکتر خدایاری** | مفهوم آینده پژوهی به عنوان پارادایمی نوین در نظام سلامت |  |  |
| **دکتر خدایاری** | روشهای آینده پژوهی تدوین و تحليل سناریو  |  |  |
| **دکتر خدایاری** | رویکردهای مختلف سناریو نویسی |  |  |
| **دکتر خدایاری** | نقش بخش دولتی و خصوصی در بازار سلامت |  |  |
| **دکتر خدایاری** | مفهوم بازاریابی در نظام سلامتاصول و فنون بازاریابی |  |  |
| **دکتر خدایاری** | بازاریابی اجتماعی |  |  |
| **دکتر خدایاری** | استراتژی بازار یابی شناخت مشتری، رفتار خریدار و تحقیقات بازار |  |  |
| **دکتر خدایاری** | تقسیم بندی قیمت و توزیع بازار  |  |  |
| **امتحان پایان ترم** | **17** |

**روش تدریس:**

* **سخنرانی گروهی**
* **بحث گروهی**
* **استفاده از انیمیشن و فیلم های کوتاه آموزشی**

**ارزشیابی و رفرنس ها:**

* **هر جلسه طبق ليست اسامي اعلامي آموزش حضور و غياب انجام مي شود و طبق مقررات آموزشي و سياست دانشكده اقدام مي شود**
* **تاخیر بیش از 15دقیقه معادل غیبت منظور خواهد شد.**
* **نحوه ارزشیابی دانشجو و بارم مربوط به هر ارزشیابی :**
* فعالیت های کلاسی ( شرکت فعال در کلاس): 2 نمره
* سخنرانی و مشارکت در مباحث ( طبق برنامه اجرایی): 3 نمره
* آزمون میان ترم (ارائه مستندات یک فرایند به صورت تیمی): 5 نمره
* آزمون پایان ترم (اخذ آزمون کتبی مطابق برنامه امتحانات دانشکده مدیریت و اطلاع رسانی پزشکی): 10 نمره

**منابع اصلی درس( رفرانس ):**

1. برکویتز اریک اصول بازاریابی در بخش سلامت مترجم دكتر محمد عرب دکتر احسان زارعی دکتر رقیه خبیری، دکتر بهروز پورآقا انتشارات جهاد دانشگاهی واحد تهران
2. كاتلر ،فیلیپ آرمسترانگ گری اصول بازاریابی مترجم بهمن فروزنده
3. 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
4. پنج عینک اینده نگری چگونه با کمک مدل ELTVILLE آینده را بهتر پیش بینی و درک نماییم ) نوشته پیشرو میتچیتچ ترجمه بهاره ادمیت انتشارات سازمان مدیریت صنعتی
5. -Barbara Wooldridge, Kerr Camp. Healthcare Marketing - Strategies for Creating Value in the Patient Experience (First Edition). Cognella Academic Publishing.
6. -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.
7. -Richard K. Thomas. Marketing Health Services. Health Administration Press.