

<b>ΣΧΟΛΗ</b>	ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ		
<b>ΤΜΗΜΑ</b>	ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		
<b>ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	Μεταπτυχιακό/Διοίκηση Μονάδων Υγείας και Κοινωνικής Πρόνοιας		
<b>ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	4601005	<b>ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ</b>	1
<b>ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b>	<b>Marketing Υπηρεσιών Υγείας και Κοινωνικής Πρόνοιας</b>		
<b>ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ</b> σε περίπτωση που οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται σε διακριτά μέρη του μαθήματος π.χ. Διαλέξεις, Εργαστηριακές Ασκήσεις κ.λπ. Αν οι πιστωτικές μονάδες απονέμονται ενιαία για το σύνολο του μαθήματος αναγράψτε τις εβδομαδιαίες ώρες διδασκαλίας και το σύνολο των πιστωτικών μονάδων	<b>ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b>	<b>ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ</b>	
	4	5	
Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο 4.			
<b>ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ</b> Υποβάθρου , Γενικών Γνώσεων, Επιστημονικής Περιοχής, Ανάπτυξης Δεξιοτήτων	Επιστημονικής Περιοχής		
<b>ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:</b>	Τα μαθήματα Κορμού		
<b>ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:</b>	ΕΛΛΗΝΙΚΑ		
<b>ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS</b>	ΟΧΙ		
<b>ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)</b>			
<b>Μαθησιακά Αποτελέσματα</b> Περιγράφονται τα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος οι συγκεκριμένες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες καταλλήλου επιπέδου που θα αποκτήσουν οι φοιτητές μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του μαθήματος. Συμβουλευτείτε το Παράρτημα Α <ul style="list-style-type: none"> <li>• Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανώτατης Εκπαίδευσης</li> <li>• Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 &amp; 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και Παράρτημα Β</li> <li>• Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων</li> </ul>			
Στο τέλος των διαλέξεων ο σπουδαστής θα είναι σε θέση να: <ul style="list-style-type: none"> <li>• ~ Να κατανοήσει τη φιλοσοφία και τις θεωρίες του μοντέρνου marketingυπηρεσιών τόσο σε θεωρητική όσο και σε πρακτική θεώρηση των πραγμάτων.</li> <li>• Να κατανοήσει τις ιδιαιτερότητες που παρουσιάζει το μάρκετινγκ και η διοίκησή των οργανισμών υγείας.</li> <li>• Να αναλύει αγορές και χρήστες υπηρεσιών υγείας, τόσο σημερινούς όσο και αυριανούς, και να αναγνωρίζει ευκαιρίες εκεί που υπάρχουν.</li> <li>• ~ Με κριτικό πνεύμα να παρουσιάζει τόσο τη θεωρία όσο και τη φιλοσοφία του κοινωνικού marketing</li> </ul>			

- ~ Να συνθέτει ένα πλάνο marketing τόσο για τις υπηρεσίες όσο και για κοινωνικούς οργανισμούς πρόνοιας και να μπορεί να χρησιμοποιεί τα εργαλεία του μίγματος μάρκετινγκ με τρόπο αποτελεσματικό για την προσφορά ανώτερης αξίας στους χρήστες υπηρεσιών υγείας.
- ~ Να αξιολογεί και να ελέγχει επιχειρηματικές αποφάσεις σχετικές με το marketing υπηρεσιών
- ~ Να διαθέτει τη γνώση και εφαρμόζει θεωρίες που έχει διδαχθεί τόσο από «φυσικό» τρόπο του marketing όσο και από το διαδίκτυο και το marketing των ηλεκτρονικών υπηρεσιών (τηλε-ιατρική)
- Να αναγνωρίζει τη σημασία της πιστότητας των πελατών και να γνωρίζουν τους διάφορους τους τρόπους ικανοποίησής τους

#### **Γενικές Ικανότητες**

Λαμβάνοντας υπόψη τις γενικές ικανότητες που πρέπει να έχει αποκτήσει ο πτυχιούχος (όπως αυτές αναγράφονται στο Παράρτημα Διπλώματος και παρατίθενται ακολούθως) σε ποια / ποιες από αυτές αποσκοπεί το μάθημα:

Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών, με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών

Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις

Λήψη αποφάσεων

Αυτόνομη εργασία

Ομαδική εργασία

Εργασία σε διεθνές περιβάλλον

Εργασία σε διεπιστημονικό

περιβάλλον

Παράγωγή νέων ερευνητικών ιδεών

Σχεδιασμός και διαχείριση έργων

Σεβασμός στη διαφορετικότητα και στην πολυπολιτισμικότητα

Σεβασμός στο φυσικό περιβάλλον

Επίδειξη κοινωνικής, επαγγελματικής και ηθικής υπευθυνότητας και ευαισθησίας σε

θέματα φύλου

Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής

Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης

- Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις
- Αυτοδύναμη εργασία
- Ομαδική εργασία

#### **1. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ**

##### **ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ**

- Εισαγωγή στο Marketing (ΜΚΤ) Υπηρεσιών Υγείας Δημοσίου και Ιδιωτικού Τομέα Πρωτοβάθμιας και Δευτεροβάθμιας Περίθαλψης,
- Ιδιαιτερότητες του ΜΚΤ Υγείας,
- Εξωτερικό Περιβάλλον και Διαμόρφωση Στρατηγικής ΜΚΤ Μονάδων Υγείας,
- Μίγμα ΜΚΤ στις Μονάδες Υγείας (marketingmix),
- Εργαλεία Ανάλυσης και Διαχείρισης Μονάδων Υγείας,
- Νέα Προϊόντα Υπηρεσιών Υγείας που Συνδυάζουν τη Δημόσια και Ιδιωτική Ασφάλιση,

#### **2. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ**

<b>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ</b> Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.	<b>ΠΡΟΣΩΠΟ ΜΕ ΠΡΟΣΩΠΟ</b>																					
<b>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</b> Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές	<b>PC, Video Projector, Διαδραστικός Πίνακας, e-learning</b>  <b>Marketing Plan</b>																					
<b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</b> Περιγράφονται αναλυτικά ο τρόπος και μέθοδοι διδασκαλίας. Διαλέξεις, Σεμινάρια, Εργαστηριακή Άσκηση, Άσκηση Πεδίου, Μελέτη & ανάλυση βιβλιογραφίας, Φροντιστήριο, Πρακτική (Τοποθέτηση), Κλινική Άσκηση, Καλλιτεχνικό Εργαστήριο, Διαδραστική διδασκαλία, Εκπαιδευτικές επισκέψεις, Εκπόνηση μελέτης (project), Συγγραφή εργασίας / εργασιών, Καλλιτεχνική δημιουργία, κ.λπ.  Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης ώστε ο συνολικός φόρτος εργασίας σε επίπεδο εξαμήνου να αντιστοιχεί στα standards του ECTS	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="509 539 841 600"><b>Δραστηριότητα</b></th> <th data-bbox="846 539 1166 600"><b>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</b></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="509 606 841 636">Διαλέξεις Θεωρίας</td> <td data-bbox="846 606 1166 636">30</td> </tr> <tr> <td data-bbox="509 642 841 672">Εργασίες</td> <td data-bbox="846 642 1166 672">20</td> </tr> <tr> <td data-bbox="509 678 841 707">Προετοιμασία εργασιών</td> <td data-bbox="846 678 1166 707">25</td> </tr> <tr> <td data-bbox="509 714 841 743">Ανεξάρτητη Μελέτη</td> <td data-bbox="846 714 1166 743">50</td> </tr> <tr> <td data-bbox="509 749 841 779">Σύνολο</td> <td data-bbox="846 749 1166 779">125</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>		<b>Δραστηριότητα</b>	<b>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</b>	Διαλέξεις Θεωρίας	30	Εργασίες	20	Προετοιμασία εργασιών	25	Ανεξάρτητη Μελέτη	50	Σύνολο	125								
<b>Δραστηριότητα</b>	<b>Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου</b>																					
Διαλέξεις Θεωρίας	30																					
Εργασίες	20																					
Προετοιμασία εργασιών	25																					
Ανεξάρτητη Μελέτη	50																					
Σύνολο	125																					
<b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</b> Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης  Γλώσσα Αξιολόγησης, Μέθοδοι αξιολόγησης, Διαμορφωτική ή Συμπερασματική, Δοκιμασία Πολλαπλής Επιλογής, Ερωτήσεις Σύντομης Απάντησης, Ερωτήσεις Ανάπτυξης Δοκιμίων, Επίλυση Προβλημάτων, Γραπτή Εργασία, Έκθεση / Αναφορά, Προφορική Εξέταση, Δημόσια Παρουσίαση, Εργαστηριακή Εργασία, Κλινική Εξέταση Ασθενούς, Καλλιτεχνική Ερμηνεία, Άλλη / Άλλες  Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές.	<b>Γραπτές Εξετάσεις 60% και Ομαδικές εργασίες 20% Παρουσίαση εργασιών 20%</b>																					
<b>3. ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</b>																						
Σαμαντα Ειρ. - Κυριαζόπουλος Π. Εισαγωγή στο Marketing (2014) ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΚΔΟΤΙΚΗ 2014 Armstrong, G, and P, Kotler “Εισαγωγή στο Marketing” 9 <sup>η</sup> Έκδοση, Εκδόσεις Επίκεντρο 2009 Malcolm MacDonald Σχέδια Marketing 4 <sup>η</sup> Αγγλική Έκδοση Κλειδάριθμος 2007 Hanson, W., Principles of Internet Marketing, Thomson Learning UK (2000)																						

Bradley F., Marketing Management: Providing, Communicating, and Delivering Values, Prentice Hall (1996)

Piercy, N., Market Led Strategic Change, Harper Collins UK, (1993)

Hunt, S. D., Modern Marketing Theory: Critical Issues in the Philosophy of Marketing Science, South Western Publishing Company, (1991)

**Articles**

*European Journal of Marketing,*

*Marketing intelligence & Practice*

*Australian Marketing Journal,*

*Harvard Business Review*

*Management Decision,*

*Managing Auditing Journal,*

*Journal of Product & Brand Management,*

*Journal of Market Focused Management,*

*Management Decision,*