

קורס מספר: 290.1836
שנה"ל תשע"ג 2012/2013
תוכנית השלמה לב"א שנה א' סמסטר ב'

סוגיות שיווקיות בבריאות – אחיות מבח"ר שנה א'

המרצה: גב' שמחה ביתן simcha.bitan@gmail.com 050-4240041

מועד: סמסטר ב' ימי שני בין השעות 15.30 – 17.00

מטרת הקורס:

חשיפה למערכות, תיאוריות וטכניקות של השיווק, והכרת מושגי יסוד בשיווק. כמו כן הכרת התפיסה השיווקית כקו מנחה לניהול ארגונים עסקיים ומלכ"רים.

דרישות הקורס:

נוכחות חובה והשתתפות פעילה. היעדרות מעל 20% לא תאפשר לגשת לבחינה.

מבחן סופי – 100% ציון עובר 60

אפשרות לעבודה הדנה בנושא + מצגת בכתה – 25% (הבחינה 75%)

יש לקבל את אשר המרצה לנושא

יסודות השיווק – רשימת נושאים:

1. שיווק, ניהול השיווק והגישות השונות בשיווק – השונות של שוק הבריאות והאם יש צורך לשווק בריאות? קריאה: קוטלר, פ. הורניק, י. (2002). ניהול השיווק המהדורה הישראלית, האוניברסיטה הפתוחה, א' (1) 16 – 54.
2. תכנון אסטרטגיה, מודלים שונים – התערבות ממשלתית בשוק הבריאות קריאה: קוטלר, פ. הורניק, י. (2002). ניהול השיווק המהדורה הישראלית, האוניברסיטה הפתוחה, א' (3) 88 – 101.
3. תמהיל השיווק ומערך כלי השיווק קריאה: קוטלר, פ. הורניק, י. (2002). ניהול השיווק המהדורה הישראלית, האוניברסיטה הפתוחה, א' (3) 102 – 121.
4. מחקרי שוק ואסוף נתונים קריאה: קוטלר, פ. הורניק, י. (2002). ניהול השיווק המהדורה הישראלית, האוניברסיטה הפתוחה, א' (4) 135 – 169.
5. התנהגות צרכנים/לקוחות – מיהם הצרכנים בשוק הבריאות? קריאה: קוטלר, פ. הורניק, י. (2002). ניהול השיווק המהדורה הישראלית, האוניברסיטה הפתוחה, א' (6) 201 – 236.
6. פילוח שוק ושוק מטרה קריאה: קוטלר, פ. הורניק, י. (2002). ניהול השיווק המהדורה הישראלית, האוניברסיטה הפתוחה, א' (9) 284 – 313.
7. בידול מוצר ומיצוב קריאה: קוטלר, פ. הורניק, י. (2002). ניהול השיווק המהדורה הישראלית, האוניברסיטה הפתוחה, א' (10) 321 – 341.
8. תוכניות המחרה – פקוח על מחירי התרופות וסל הבריאות קריאה: קוטלר, פ. הורניק, י. (2002). ניהול השיווק המהדורה הישראלית, האוניברסיטה הפתוחה, ב' (17) 549 – 583.

9. ערוצי שיווק והפצה

קריאה: קוטלר, פ. הורניק, י. (2002). ניהול השיווק המהדורה הישראלית, האוניברסיטה הפתוחה, ב' (8) 588 - 619.

10. תקשורת שיווקית

קריאה: קוטלר, פ. הורניק, י. (2002). ניהול השיווק המהדורה הישראלית, האוניברסיטה הפתוחה, ב' (20) 666 - 695.

11. פרסום, קדום מכירות ויחסי צבור

קריאה: קוטלר, פ. הורניק, י. (2002). ניהול השיווק המהדורה הישראלית, האוניברסיטה הפתוחה, ב' (21) 701 - 749.

12. תוכנית שיווקית – טבעה ותכניה

קריאה: קוטלר, פ. הורניק, י. (2002). ניהול השיווק המהדורה הישראלית, האוניברסיטה הפתוחה, א' (3) 122 - 127.

13. סיכום וחזרה לקראת המבחן

רשימת קריאה:

- קוטלר, פ. הורניק, י. (2002) ניהול השיווק המהדורה הישראלית, האוניברסיטה הפתוחה, כרכים א' ו- ב'.
- קוטלר, פ. (2004) עקרונות השיווק של קוטלר מ-א' ועד ת', מטר הוצאה לאור
- האמנה האתית המשותפת של הר"י וחברות התרופות בישראל – 2004 באתר אינטרנט: pharma-israel.org.il
- נוהל לשיווק תכשירים ללא מרשם, משרד הבריאות – 2005, באתר אינטרנט: http://www.health.gov.il/download/forms/a2644_doc_1763.pdf

בהצלחה!