



توصيف المقرر الدراسي

(الدراسات العليا)

اسم المقرر: التسويق و الإعلام الصحي
رمز المقرر: ٢٧١٣١ دار
البرنامج: ماجستير إدارة الخدمات الصحية
القسم العلمي: قسم إدارة الأعمال
الكلية: الأعمال
المؤسسة: جامعة بيشة
نسخة التوصيف: الثانية
تاريخ آخرمراجعة: ١٤٤٥/٢/٧ هـ





جدول المحتويات

- أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي ٣
- ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها ٤
- ج. موضوعات المقرر ٥
- د. أنشطة تقييم الطلبة ٦
- هـ. مصادر التعلم والمرافق ٦
- و. تقويم جودة المقرر ٦
- ز. اعتماد التوصيف ٧



أ. معلومات عامة عن المقرر الدراسي:

١. التعريف بالمقرر الدراسي:

١. الساعات المعتمدة: (٣ ساعات)

٢. نوع المقرر

أ-	<input type="checkbox"/> متطلب جامعة	<input type="checkbox"/> متطلب كلية	<input checked="" type="checkbox"/> متطلب تخصص	<input type="checkbox"/> متطلب مسار
ب-	<input checked="" type="checkbox"/> إجباري	<input type="checkbox"/> اختياري		

٣. السنة / المستوى الذي يقدم فيه المقرر: (السنة الأولى / المستوى الثاني)

٤. الوصف العام للمقرر

ينقسم هذا المقرر الى جزئين الأول التسويق الصحي ويتناول هذا المقرر في هذا الجزء استراتيجيات خلق القيمة في تجربة المريض للطلاب و الأدوات اللازمة للجمع بشكل فعال بين خبرة الرعاية الصحية و اسس التسويق الرئيسية للتأثير بشكل إيجابي على رضا المرضى. يعرض المقرر رؤى من ممارسين متخصصين في الرعاية الصحية ، وقراءات مركزة ، وخلفية عن أحداث تسويقية مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بعالم الرعاية الصحية لمساعدة الطلاب على التكيف والازدهار في صناعة ديناميكية ومتغيرة باستمرار كالرعاية الصحية

الجزء الثاني الإعلام الصحي و نتناول فيه تحليل كيفية تقاطع الصحة والتواصل والإعلام وكيف تؤثر التغطية الإعلامية على مختلف المجموعات البشرية .

٥- المتطلبات السابقة لهذا المقرر

لا يوجد

٦- المتطلبات المتزامنة مع هذا المقرر

لا يوجد

٧. الهدف الرئيس للمقرر

يهدف المقرر الي ان يتعرف الطالب / الطالبة على:

تحسين مستوى المعرفة بأسس التسويق الصحي وتطبيقاتها و ممارساتها للمساهمة في تحليل و مواجهة التحديات التنظيمية في قطاع الرعاية الصحية ، وكذلك الإلمام بكيفية تحسين سوق الرعاية الصحية. أيضا الغرض الأساسي من هذا المقرر هو التعريف بالمعرفة الحالية المتعلقة بتأثير وسائل الإعلام و وسائل التواصل الحديثة على الصحة الفردية والعامة و تعزيز فهم الطالب لمفاهيم الاتصالات الصحية.

٢. نمط التعليم:

م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
١	تعليم اعتيادي		٥٣,٣%
٢	التعليم الإلكتروني		٤٦,٧%



م	نمط التعليم	عدد الساعات التدريسية	النسبة
٣	التعليم المدمج • التعليم الاعتيادي • التعليم الإلكتروني		
٤	التعليم عن بعد		

٣. الساعات التدريسية: (على مستوى الفصل الدراسي)

م	النشاط	ساعات التعلم	النسبة
١	محاضرات	٣٧,٥	%٣٣,٣
٢	معمل أو إستوديو		
٣	ميداني		
٤	دروس إضافية		
٥	أخرى (تطبيقات ودراسة ذاتية)	٧٥	%٦٦,٧
	الإجمالي	١١٢,٥	%١٠٠

ب. نواتج التعلم للمقرر واستراتيجيات تدريسها وطرق تقييمها:

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
1.0	المعرفة والفهم			
1.1	تطبيق الأطر النظرية المتعلقة بإدارة التسويق و بالإعلام و بوسائل التواصل الاجتماعي في الصحة	٢٤	- الحوار - المناقشة - المحاضرة - التعلم الذاتي	الاختبارات بمختلف أنواعها (تحريرية ، شفوية ، تحصيلية و موضوعية)
1.2	تطبيق الأطر النظرية المتعلقة بإدارة التسويق و بالإعلام و بوسائل التواصل الاجتماعي في الصحة	٢٤	- التدريس المباشر - حل المشكلات	
2.0	المهارات			
2.1	يطبق المزيج التسويقي ps ٧ على الاستراتيجية التنظيمية وأثارها المتعلقة بقرارات تسويق الرعاية الصحية.	٣م	- التعلم القائم على المحاضرة	اختبارات الاداء الملاحظة

الرمز	نواتج التعلم	رمز ناتج التعلم المرتبط بالبرنامج	استراتيجيات التدريس	طرق التقييم
2.2	يقيم أدوار أبحاث التسويق ، والتجزئة ، والموارد الرقمية والإنترنت ، و الاتصال والتحكم ومراقبة الأداء في سوق الرعاية الصحية.	٣ م	- المشروعات - التعلم التنافسي - التعلم التعاوني حل المشكلات	تقويم ملفات الأداء حقيبة الإنجاز تقييم الأنشطة
2.3	يحلل العوامل الداخلية والخارجية التي تؤثر على اتخاذ قرارات المستهلك المتعلقة بالرعاية الصحية.	٣ م		
3.0	القيم والاستقلالية والمسؤولية			
3.1	- يتخذ قرارات وفق القراءات التحليلية لواقع الحال وذلك للخروج بأفضل الإجراءات التي تحقق قيمة للعميل الصحي	- ٢ ق	- المحاضرة - التعلم التعاوني	الملاحظة اختبارات الوعي
3.2	- يدرب بمهنية فريق عمله على فهم و ممارسة التواصل الفعال الجيد عن باستخدام كافة وسائل الإعلام و التواصل الممكنة للوصول الى خلق قيمة و رضى لدى العميل الصحي	- ٢ ق	- فرق العمل - التدريس التبادلي العصف الذهني	الإدراك الاستبانات

ج. موضوعات المقرر:

م	قائمة الموضوعات	الساعات التدريسية المتوقعة
١	العناصر السبعة لمنظمات الرعاية الصحية و التحول النموذجي للرعاية الصحية	٦
٢	فهم البيئة التنافسية و التسويق الاستراتيجي للرعاية الصحية	٣
٣	كيف يخلق مقدمو الرعاية قيمة و خلق قيمة الاستماع	٦
٤	جودة الخدمات الصحية و التركيز على المريض مفتاح النجاح	٣
٥	الأخلاقيات و التسويق للرعاية الصحية	٣
٦	تجزئة السوق الصحي و اختيار السوق المستهدف و سلوك المستهلك الشرائي الصحي	٦
٧	التخطيط الاستراتيجي في المنظمات الصحية	٦
٨	الإعلام / وسائل التواصل الاجتماعية/الصحة نظريات و نماذج	٦
٩	التغطية الإعلامية / وسائل التواصل الاجتماعية للصحة: ما الذي يتم تغطيته وكيف ولماذا	٣
١٠	التغطية الإعلامية / وسائل التواصل الاجتماعية وتأثيراتها على الأفراد و سياسة الصحة العامة	٣
المجموع		٤٥

د. أنشطة تقييم الطلبة:

م	أنشطة التقييم	توقيت التقييم (بالأسبوع)	النسبة من إجمالي درجة التقييم
١	ورقة عمل	الثاني	5%
٢	العروض التقديمية وإثراء معرفي	خلال الفصل الدراسي	10%
٣	اختبار فصلي أول	السابع / التاسع	15%
٤	الواجبات والتكليفات	الثالث، السادس، الثامن	15%
٥	حالة تطبيقية	الثاني عشر	15%
٦	الاختبار النهائي	حسب التقويم الجامعي	40%

هـ. مصادر التعلم والمرافق:

١. قائمة المراجع ومصادر التعلم:

Healthcare Marketing: Strategies for Creating Value in the Patient Experience.(2019) by Barbara Ross Wooldridge (Author), Kerri M. Camp (Author). Cognella Academic Publishing , USA.	-	المرجع الرئيس للمقرر
التسويق في الرعاية الصحية: إيجاد قيمة للمريض (مترجم). (٢٠١٩). بـآبارا وولدريدج & كيير مامب. كوجنيل أكاديمي للنشر. أمريكا	-	
إضافة مقالات علمية و تخصصية تعنى بالإعلام الصحي و آلياته	-	
Essentials of Health Care Marketing, Eric N. Berkowitz, Jones & Bartlett Learning: 4thedition (2016)	-	المراجع المساندة
https://www.ama.org	-	المصادر الإلكترونية
	-	أخرى

٢. المرافق والتجهيزات التعليمية والبحثية المطلوبة:

العناصر	متطلبات المقرر
المرافق النوعية	- قاعات دراسية مجهزة تتسع ل ٢٠ طالب أو طالبة على شكل مجموعات صغيرة وموصلة على الانترنت.
التجهيزات التقنية	- حاسب آلي - داتا شوا - سبورة ذكية
تجهيزات أخرى	- أقلام وورق .

و. تقويم جودة المقرر:

مجالات التقييم	المقيمون	طرق التقييم
فاعلية التدريس	الطلاب – المراجع النظير	طريق الاستبيانات



طرق التقييم	المقيمون	مجالات التقييم
مباشر عن طريق الاستبيانات - وغير مباشر عن طريق تحليل الاداء والنتائج	الطلبة - أعضاء هيئة التدريس - رئيس القسم	فاعلية طرق تقييم الطلاب
مباشر عن طريق المقارنات المرجعية - وتحديث المراجع	المراجع النظير - استاذ المقرر - الطلاب	مصادر التعلم
غير مباشر عن طريق تحليل الاداء والنتائج	استاذ المقرر - رئيس القسم	مدى تحصيل مخرجات التعلم للمقرر
مباشر عن طريق المناقشات الفكرية السمنار والمحاكاة الافتراضية وتقارير وأوراق العمل	استاذ المقرر	الابداع والابتكار
مباشر عن طريق الاستبيانات	استاذ المقرر - الطلاب - المراجع النظير	بيئة التعلم
مباشر عن طريق الاستبيانات	استاذ المقرر - قيادات البرنامج	خطط التحسين للمقرر

ز. اعتماد التوصيف:

مجلس قسم إدارة الأعمال	جهة الاعتماد
الأولي	رقم الجلسة
١٤٤٥/٢/٧ هـ	تاريخ الجلسة

