



Semmelweis Egyetem, Egészségügyi Közszerológati Kar Egészségügyi Menedzserképző Központ Egészségügyi menedzser mesterképzési szak					
Tárgy neve: Márkaépítés és marketing					
Tantárgyfelelős neve, beosztása (szervezeti egység): Dr. László Ágnes Oktatók neve, beosztása: Dr. László Ágnes					
Tantárgyfélév: 2. és 4./tavaszi	Meghirdetés gyakorisága: évente	Az ismeretek ellenőrzésének típusa: kollokvium	Tantárgy besorolása: kötelező	Félévi tanóraszám: 16	Kreditérték: 6
Tanórák száma az oktatás jellege szerinti bontásban Előadások tanóráinak száma: 16 Szemináriumok vagy gyakorlatok tanóráinak száma: -					
Tantárgy felvételének előkövetelménye: -					
További képzések, amelyekben a tárgy kötelező vagy kötelezően választható (félévszám): -					
Tantárgy célja és feladata a képzés céljának megvalósításában: Az egészségügyi intézmények kommunikációja speciális szolgáltatás kommunikáció, marketing, amiben a bizalom kiépítése és fenntartása meghatározó jelentőségű. A kurzus célja, hogy az egészségügyben dolgozó menedzser megértse a kommunikáció jelentőségét, mint interface-t a szolgáltatást igénybe vevők felé, megismerje az általános kommunikációs szabályokat, a marketing kommunikációs eszköztár adta lehetőségeket az intézményi brand kialakításában. Ennek jelentősége egyre fontosabb nemcsak a piaci környezetben működő magán, hanem az állami intézmények vonatkozásában is. A kurzus célja továbbá a kommunikáció, a marketing szerepének és jelentőségének a tudatosítása ill. a tartalomnak adekvát kommunikációs eszköz és kreatív megoldás ill. megfogalmazás választásának elősegítése.					
Tantárgy tematikájának (tananyag) leírása: 1. Az intézményfejlesztés/ üzleti stratégia meghatározásához szükséges szempontok 2. Az üzleti stratégia/intézmény fejlesztés és a marketing stratégia/márka(brand)-image építés kapcsolata 3. A brandépítés jelentősége a bizalom kialakításában és fenntartásában - a bizalom anatómiája 4. A piackutatás lehetséges céljai és módszerei – milyen kérdésekre és milyen módszert követve kaphatunk választ 5. A marketingkommunikáció eszköztára, egyes kommunikációs felületek funkciói, a digitalizáció nyújtotta lehetőségek és veszélyek 6. A kommunikációs eszközök és kreatív megoldások/megfogalmazások kapcsolata					