

أولاً: عرف المفاهيم التالية: (06ن)

- 1- **التسويق الصحي**: هو مجموعة من الأنشطة والفعاليات التي تهدف إلى تحقيق الاتصال بالجمهور المستهدف وجمع المعلومات عنهم وتحديد حاجاتهم بهدف تكوين سلوك صحي. (1.5ن)
- 2- **التسعير الصحي**: هو قرار وضع الأسعار للمنتجات الصحية، والذي يتخذ من خلال عملية إدارية متكاملة، مع مراعاة جملة من الأمور تدخل في مفهوم السعر الصحي. (1.5ن)
- 3- **التوزيع الصحي**: هو مختلف النشاطات التي تتولاها المنظمة الصحية لجعل الخدمة سهلة المنال من قبل العميل مكانيا وزمانيا وسعريا ومعلوماتيا. (1.5ن)
- 4- **الترويج الصحي**: هو الطريقة التي تطلع بها المنظمة الصحية أفراد المجتمع على الخدمات الصحية التي تقدمها عبر الوسائل المباشرة وغير المباشرة. (1.5ن)

ثانياً: أجب عن العبارات التالية بصحيح أو خطأ مع التعليل في الحالتين: (06ن)

- 1- يتمحور المفهوم الاجتماعي للتسويق الصحي حول تلبية حاجات ورغبات العميل. (خطأ)
 - يتضمن المفهوم الاجتماعي للتسويق الصحي تحقيق رفاهية العميل والمجتمع معاً، بحيث يمكن أن تكبت المنظمة بعض حاجات ورغبات العميل الصحي من أجل مصلحته، وهو ما يناقض المفهوم الحديث للتسويق الذي يركز على تلبية حاجات ورغبات العميل (المستهلك هو الملك). (02ن)
- 2- تتمثل الخدمة الصحية في الخدمة العلاجية المقدمة من طرف المنظمة الصحية. (خطأ)
 - تتضمن الخدمات الصحية خدمات علاجية موجهة للفرد وترتبط بجميع الخدمات الطبية في مختلف التخصصات، وخدمات وقائية تعمل على تسهيل أداء الخدمات العلاجية فهي مدعمة لها، وخدمات إنتاجية تتضمن إنتاج الأمصال واللقاحات والدم، كما تتضمن إنتاج الأدوية وأيضاً العتاد والأجهزة الطبية الأخرى. (02ن)
- 3- تتميز الخدمة الصحية بحساسية مرتفعة نحو مخاطر الجودة المدركة كبقية الخدمات الأخرى. (خطأ)
 - تتميز الخدمة الصحية بحساسية مرتفعة نحو مخاطر الجودة المدركة مقارنة ببقية الخدمات الأخرى والتي تكون أقل حساسية. (02ن)

ثالثاً: اشرح العبارات التالية: (08ن)

- 1- يعتبر الأفراد أهم عناصر المزيج التسويقي الصحي نظراً لأدوارهم المتعددة، فهم مروجو الخدمة ومقدموها والمسؤول عن تطوير وإدامة علاقة طويلة الأمد مع العميل من خلال جمع البيانات عنه، وذلك لأنهم عنصر الاتصال المباشر في المنظمة الصحية، وكذلك لقدرتهم في التأثير على رضا العميل. (2.5ن)
- 2- يلعب الدليل المادي دوراً مهماً في بناء الصورة الذهنية للمنظمة الصحية لدى العميل، فخاصية عدم ملموسة الخدمة تستوجب إكسابها ذلك المستوى من النوعية التي تجعلها أقرب إلى الملموسية إلى حد ما، وذلك من خلال الأدوات المستخدمة في العلاج والتشخيص، فالوجود الملموس للخدمة هو الذي يمكن العميل من تكوين انطباع إيجابي يأخذه عن المنظمة الصحية بعد مغادرته، كما يمكن الزبائن المحتملين غير القادرين على الحكم على الخدمة قبل استهلاكها من تكوين تقييم يقلل من مستوى مخاطرة قرار الشراء. (03ن)
- 3- يساهم عنصر العمليات في تقبل العميل للخدمة الصحية قبل تلقيها، حيث تبدأ إدارة العملية منذ لحظة دخول العميل إلى المنظمة الصحية، أين يتولد لديه القبول المبكر للخدمة المقدمة من خلال دقة المواعيد المقدمة في الاستقبال والسرعة في الاستجابة للطلب المقدم للحصول على الخدمة الصحية، وكيفية المخاطبة وصيغ التحادث مع المرضى... وغيرها. (2.5ن)