

ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

(1) ΓΕΝΙΚΑ

ΣΧΟΛΗ	ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΥΓΕΙΑΣ		
ΤΜΗΜΑ	ΦΥΣΙΚΟΘΕΡΑΠΕΙΑΣ		
ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟ		
ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΜΕΠ	ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΠΟΥΔΩΝ	ΕΑΡΙΝΟ
ΤΙΤΛΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ	ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΗΣ ΥΓΕΙΑΣ & MARKETING		
ΑΥΤΟΤΕΛΕΙΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ <i>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</i>	ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΕΣ ΩΡΕΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ	
Θεωρία	2	3	
<i>Προσθέστε σειρές αν χρειαστεί. Η οργάνωση διδασκαλίας και οι διδακτικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται περιγράφονται αναλυτικά στο (δ).</i>			
ΤΥΠΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ <i>γενικού υποβάθρου, ειδικού υποβάθρου, ειδίκευσης, γενικών γνώσεων, ανάπτυξης δεξιοτήτων</i>	ΜΓΥ (Μάθημα Γενικού Υποβάθρου)		
ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ:	-		
ΓΛΩΣΣΑ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ και ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ:	ΕΛΛΗΝΙΚΗ		
ΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΑΙ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ERASMUS	ΟΧΙ		
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ (URL)	https://eclass.uth.gr/courses/PHYSIO_U_193/		

(2) ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Μαθησιακά Αποτελέσματα

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

- Περιγραφή του Επιπέδου των Μαθησιακών Αποτελεσμάτων για κάθε ένα κύκλο σπουδών σύμφωνα με το Πλαίσιο Προσόντων του Ευρωπαϊκού Χώρου Ανάπτυξης Εκπαίδευσης
- Περιγραφικοί Δείκτες Επιπέδων 6, 7 & 8 του Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων Διά Βίου Μάθησης και το Παράρτημα Β
- Περιληπτικός Οδηγός συγγραφής Μαθησιακών Αποτελεσμάτων

Ο φοιτητής με το πέρας των μαθημάτων θα είναι σε θέση να:

1. γνωρίζει τις βασικές έννοιες της επιστήμης της Διοίκησης Επιχειρήσεων και του Marketing,
2. γνωρίζει το κοινωνικό-οικονομικό περιβάλλον μέσα στο οποίο δρα και αναπτύσσεται το Marketing στο πλαίσιο των επιχειρήσεων και οργανισμών,
3. γνωρίζει την φιλοσοφία του Marketing, τα πεδία εφαρμογής του και τις νέες μορφές εφαρμογής της σύγχρονης τεχνολογίας στο Marketing,
4. χρησιμοποιεί τις βασικές έννοιες της επιστήμης του Marketing και της Διοίκησης Επιχειρήσεων για την ερμηνεία των οικονομικών φαινομένων και συνθηκών που επικρατούν στην αγορά,
5. γνωρίζει τις βασικές αρχές και τους όρους στην οικονομία της υγείας και την επιχειρηματικότητα,

6. αναγνωρίζει τα βασικά οικονομικά μοντέλα και το ρόλο τους στο χώρο της υγείας.

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
.....
Άλλες...
.....

- Αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση δεδομένων και πληροφοριών με τη χρήση και των απαραίτητων τεχνολογιών.
- Προσαρμογή σε νέες καταστάσεις.
- Λήψη αποφάσεων.
- Άσκηση κριτικής και αυτοκριτικής.
- Αυτόνομη εργασία.
- Εργασία σε διεπιστημονικό περιβάλλον.
- Παραγωγή νέων ερευνητικών ιδεών.
- Προαγωγή της ελεύθερης, δημιουργικής και επαγωγικής σκέψης.

(3) ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Περιεχόμενα του μαθήματος:

Ενότητα 1. Εισαγωγή στο Management.

- Ορισμός - η σημασία του management για την αποτελεσματικότητα των επιχειρήσεων - οι σύγχρονες τάσεις της οργάνωσης και διοίκησης επιχειρήσεων.

Ενότητα 2. Η λειτουργία του Προγραμματισμού και της Οργάνωσης.

- Ορισμοί - η διαδικασία του προγραμματισμού και της οργάνωσης - αναγκαιότητα του προγραμματισμού και της οργάνωσης για την επιχείρηση.

Ενότητα 3. Η λειτουργία της Διεύθυνσης και του Ελέγχου.

- Ορισμοί - διεύθυνση και ηγεσία - λήψη αποφάσεων - μέθοδοι και τεχνικές λήψης αποφάσεων - σκοπός του ελέγχου - αναγκαιότητα του ελέγχου για την επιχείρηση.

Ενότητα 4. Επιχειρηματικότητα.

- Ορισμός - η έννοια του επιχειρηματία - χαρακτηριστικά του επιτυχημένου επιχειρηματία – λόγοι αποτυχίας νέων επιχειρήσεων - κανόνες για την επιβίωση των επιχειρήσεων.

Ενότητα 5. Εισαγωγή στο Marketing.

- Η έννοια του Marketing - Το Marketing ως λειτουργία της επιχείρησης - Βασική ορολογία του Marketing.

Ενότητα 6. Μείγμα Marketing.

- Εισαγωγή - Τύποι προσανατολισμού επιχειρήσεων - προσανατολισμός στην παραγωγή - προσανατολισμός στο προϊόν - προσανατολισμός στις πωλήσεις - προσανατολισμός στις ανάγκες της αγοράς.

Ενότητα 7. Διαφοροποίηση και Τοποθέτηση του Προϊόντος. Πολιτική Προϊόντος.

- Εναλλακτικές Μεταβλητές που μπορεί να χρησιμοποιήσει η επιχείρηση για να διαφοροποιήσει ένα προϊόν - επιτυχημένη τοποθέτηση του προϊόντος της επιχείρησης.
- Τι είναι προϊόν - χαρακτηριστικά προϊόντος - χαρτοφυλάκιο προϊόντων - κύκλος ζωής προϊόντος - επωνυμοποίηση προϊόντος - συσκευασία προϊόντος - νομικό πλαίσιο προϊόντος.

Ενότητα 8. Πολιτική Τιμών. Συμπεριφορά Καταναλωτή.

- Ορισμός τιμής - ο ρόλος της τιμολόγησης στο Μείγμα Marketing - τιμολόγηση υπηρεσιών - διαδικασία τιμολόγησης - τιμολογιακές στρατηγικές - τιμολόγηση και εξωτερικό περιβάλλον.
- Στοιχεία της συμπεριφοράς του καταναλωτή και της τμηματοποίησης της αγοράς.

Ενότητα 9. Προώθηση Πωλήσεων και Άμεσο Marketing. Στρατηγικός Σχεδιασμός Άμεσου Marketing.

- Ορισμός - διαφορά άμεσου Marketing από το Marketing προς τις μάζες - κανάλια επικοινωνίας της επιχείρησης με τον πελάτη - συγκριτικό πλεονέκτημα και άμεσο Marketing.
- Ορισμός - σημεία διαφοροποίησης και χάραξη στρατηγικής - δημιουργική στρατηγική άμεσου marketing - συμβολή της δημιουργικής ομάδας στην εξασφάλιση της συμμετοχής του δέκτη.

Ενότητα 10. Εισαγωγή στα οικονομικά της υγείας.

- Βασικά οικονομικά μοντέλα.
- Μικροοικονομικά εργαλεία για οικονομία της Υγείας.

Ενότητα 11. Οργάνωση και χρηματοδότηση των συστημάτων υγείας. Κόστος παροχής υγείας.

- Στατιστικά εργαλεία για οικονομία της υγείας.
- Οικονομική αξιολόγηση - cost effectiveness analysis.

- Η παραγωγή της Υγείας- προσφορά και ζήτηση.

Ενότητα 12. Οργάνωση συστήματος Υγείας. Ο ρόλος της Οικονομίας της Υγείας στη λήψη αποφάσεων.

- Κοινωνική ασφάλιση.
- Νοσοκομεία, κέντρα Υγείας, κέντρα αποκατάστασης.
- Φυσικοθεραπεία και οικονομία.
- Μη κυβερνητικές οργανώσεις.

Ενότητα 13. Εισαγωγή στην Επικοινωνία.

- Τι σημαίνει επικοινωνία - αρχές επικοινωνίας - εμπόδια επικοινωνίας – τρόποι και μορφές επικοινωνίας - επικοινωνία με τον δυνητικό αγοραστή - ρόλος και αξία της επικοινωνίας στην σύγχρονη επιχείρηση - οι ανάγκες του πελάτη και πώς να τις κατανοήσουμε - γλώσσα του σώματος.

Ενότητα 14. Τελική αξιολόγηση των φοιτητών.

- Αξιολογείται η επίδοση των φοιτητών σύμφωνα με τον κανονισμό σπουδών του Ιδρύματος και τον τρόπο αξιολόγησης του μαθήματος όπως αναφέρεται παρακάτω.

(4) ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ και ΜΑΘΗΣΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

<p>ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ <i>Πρόσωπο με πρόσωπο, Εξ αποστάσεως εκπαίδευση κ.λπ.</i></p>	<p>Πρόσωπο με πρόσωπο.</p> <p>Στις μεθόδους διδασκαλίας της θεωρίας του μαθήματος περιλαμβάνονται πολλές διδακτικές μέθοδοι και μέσα μεταξύ των οποίων:</p> <ul style="list-style-type: none">• Διαλέξεις-εισηγήσεις με χρήση πίνακα, διαφανοσκοπίου, σταθερό προβολικό σύστημα (overhead projector), βίντεο και τηλεόραση.• Συζήτηση στην τάξη και ανατροφοδότηση.• Εργασία σε μικρές ομάδες ή ατομική.• Παρουσιάσεις φοιτητών.• Χρήση Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) (Πολυμέσων, ηλεκτρονική συζήτηση μέσω πλατφόρμας ασύγχρονης εκπαίδευσης και ηλεκτρονικού ταχυδρομείου).
<p>ΧΡΗΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ <i>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</i></p>	<p>Χρήση Τ.Π.Ε. στη Διδασκαλία, στην Εργαστηριακή Εκπαίδευση, στην Επικοινωνία με τους φοιτητές</p> <ul style="list-style-type: none">• Χρήση Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) (Διαδίκτυο, πολυμέσων, ηλεκτρονική συζήτηση μέσω πλατφόρμας ασύγχρονης εκπαίδευσης και ηλεκτρονικού ταχυδρομείου).

<p align="center">ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ</p> <p>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.</p> <p>Αναγράφονται οι ώρες μελέτης του φοιτητή για κάθε μαθησιακή δραστηριότητα καθώς και οι ώρες μη καθοδηγούμενης μελέτης σύμφωνα με τις αρχές του ECTS.</p>	Δραστηριότητα	Φόρτος Εργασίας Εξαμήνου
	Διαλέξεις	30
	Αυτοτελής Μελέτη	45
	Σύνολο Μαθήματος (25 ώρες φόρτου εργασίας ανά πιστωτική μονάδα).	75
<p align="center">ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΦΟΙΤΗΤΩΝ</p> <p>Περιγραφή της διαδικασίας αξιολόγησης</p> <p>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</p> <p>Αναφέρονται ρητά προσδιορισμένα κριτήρια αξιολόγησης και εάν και που είναι προσβάσιμα από τους φοιτητές.</p>	<p>Η αξιολόγηση της επίδοσης του φοιτητή ανευρίσκεται στην ιστοσελίδα του μαθήματος και εξειδικεύεται ως εξής:</p> <p>Πραγματοποιείται είτε μια τελική γραπτή αξιολόγηση (ή προφορική, παρουσία δύο εκπαιδευτικών) είτε σε συνδυασμό με ενδιάμεση αξιολόγηση (πρόοδος). Η τελική αξιολόγηση του μαθήματος πραγματοποιείται μετά το τέλος του διδακτικού εξαμήνου σε όλη την ύλη που διδάχθηκε. Ο φοιτητής καλείται να απαντήσει σε ερωτήσεις (ανάπτυξης ή πολλαπλών επιλογών) που καλύπτουν ισομερώς τις διδακτικές ενότητες του μαθήματος και επιπλέον σε ερωτήσεις που απαιτούν κριτική σκέψη. Ο τελικός βαθμός είναι από 0-10 και καθορίζεται από την τελική εξέταση ή συνυπολογίζεται σε περίπτωση ενδιάμεσης αξιολόγησης-προόδου με προκαθορισμένο συντελεστή βαρύτητας από την αρχή του εξαμήνου.</p> <p>Η αξιολόγηση της επίδοσης των φοιτητών πραγματοποιείται σύμφωνα με τον κανονισμό του Ιδρύματος. Η τελική βαθμολογία καταχωρείται στην δεκάβαθμη κλίμακα (0-10) με ελάχιστο βαθμό επιτυχίας το 5.</p>	

(5) ΣΥΝΙΣΤΩΜΕΝΗ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- 1) Τζωρτζάκης Κ., Τζωρτζάκη Α. Οργάνωση και Διοίκηση. Το Μάνατζμεντ της Νέας Εποχής, *Rosili* Εμπορική – Εκδοτική Μ. ΕΠΕ, 2008.
- 2) Μπουραντάς Δ, Παπαλεξανδρή Ν. Εισαγωγή στην Διοίκηση Επιχειρήσεων, Αθήνα: Εκδόσεις Μπένου, 1998.
- 3) Καζάζης Ν, Αποτελεσματικό Μάρκετινγκ για Κερδοφόρες Πωλήσεις, 2η έκδοση, Αθήνα: Σταμούλης, 2006.
- 4) Kotler P., Armstrong G. Αρχές του Μάρκετινγκ, Αθήνα: Κλειδάριθμος, 2001.
- 5) Σαράφης Π. Marketing στις υπηρεσίες υγείας, ΒΗΤΑ Ιατρικές Εκδόσεις ΜΕΠΕ, 2011.
- 6) Cleverly W.O., Cameron A.E. *Essentials of Health Care Finance*, Εκδόσεις Gaithersburg, Md: Aspen Publishers, 2002.
- 7) Culyer A.J., Newhouse J.P. *Handbook of Health Economics*, Εκδόσεις Elsevier, 2000.
- 8) Eastaugh S.R. *Health Care Finance: Cost, Productivity and Strategic Design*, Εκδόσεις Εκδόσεις Gaithersburg, Md Aspen Publishers, 1998.
- 9) Drummond M.F., et al *Methods for the Economic Evaluation of Health Care Programmes*, Εκδόσεις Oxford University Press, 1997.
- 10) Samuelson P., Nordhaus W. *The Economics of Health and Health Care*, Εκδόσεις Prentice Hall, 2001.
- 11) Phelps, C.E.: *Health Economics*, Εκδόσεις Addison-Wesley, 2003.
- 12) Santerre, R.E., and Neun S.E.: *Health Economics: Theories, Insights, and Industry Studies*, Εκδόσεις Dryden Press, 2000.