



دورة تسويق الخدمات الصحية وأثره في تعزيز التنافسية في المستشفيات

تحسين تجربة المرضى، بناء صورة مؤسسية قوية، وزيادة جودة وفعالية الخدمات المقدمة.

المدينة :	إسطنبول	الفندق :	فندق تركيا
تاريخ البداية :	2026-04-27	تاريخ النهاية :	2026-05-01
الفترة :	Week 1	السعر :	\$ 3950

فكرة الدورة التدريبية

في عصر يتسم بالتغيرات السريعة والتطورات المستمرة في مجالات الرعاية الصحية، أصبح تسويق الخدمات الصحية أحد العوامل الرئيسية التي تحدد نجاح المستشفيات وكفاءتها. تهدف هذه الدورة التدريبية إلى تعزيز فهم المشاركين للمفاهيم الأساسية لتسويق الخدمات الصحية وكيفية تطبيقها في السياق العملي. سيتناول البرنامج استراتيجيات تسويق فعالة تسهم في تعزيز التنافسية بين المستشفيات، حيث يتم تسليط الضوء على أهمية بناء العلامة التجارية، وتحليل السوق، وتحديد الاحتياجات الفعلية للمرضى، وكيفية تطوير خدمات صحية تلي توقعاتهم.

من خلال الجمع بين النظريات الحديثة والأدوات العملية، سيتعلم المشاركون كيفية وضع استراتيجيات تسويقية متكاملة تساعد في تحسين صورة المستشفى وزيادة رضا المرضى. كما ستتناول الدورة أهمية تسويق الخدمات الصحية في تحسين الأداء المؤسسي وزيادة الفعالية التشغيلية.

أهداف الدورة التدريبية

سيتمكن المشاركون في نهاية الدورة من:

- فهم أساسيات تسويق الخدمات الصحية.
- تحليل السوق واحتياجات المرضى.
- تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة.
- بناء العلامة التجارية للمستشفى.
- تقييم الأداء التسويقي.
- تعزيز العلاقات مع المجتمع المحلي.
- تحسين تجربة المرضى.
- تطبيق التكنولوجيا في التسويق.

الفئات المستهدفة

هذه الدورة التدريبية موجهة لـ:

- مدراء المستشفيات ومراكز الرعاية الصحية.
- أعضاء فرق التسويق والمبيعات في المؤسسات الصحية.
- المختصون في تطوير الأعمال الصحية.
- العاملون في إدارة الجودة وتحسين الأداء.
- الباحثون والمهتمون بمجال التسويق الصحي.

- الطلاب والمهنيون في مجالات الإدارة الصحية والتسويق.
- المسؤولون عن العلاقات العامة في المستشفيات.
- صناع القرار في القطاع الصحي.

منهجية الدورة

تركز الدورة على مفاهيم واستراتيجيات التسويق في القطاع الصحي، بما يشمل تطوير الخطط التسويقية، تحليل السوق والمنافسين، واستخدام أدوات التسويق التقليدية والرقمية. تغطي الدورة التسويق الرقمي عبر وسائل التواصل والمواقع الإلكترونية، إدارة علاقات العملاء، قياس رضاهم، ومعالجة الشكاوى. كما تتضمن تقييم الأداء التسويقي، إعداد التقارير، وأهمية الالتزام بالأخلاقيات المهنية في التسويق الصحي.

محاور الدورة

اليوم الأول: مقدمة في التسويق الصحي

- مفهوم التسويق الصحي.
- أهمية التسويق في القطاع الصحي.
- العوامل المؤثرة في التسويق الصحي.

اليوم الثاني: استراتيجيات التسويق في المستشفيات

- تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة.
- تحليل السوق والمنافسين.
- استخدام أدوات التسويق التقليدية والرقمية.

اليوم الثالث: التسويق الرقمي في الخدمات الصحية

- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التسويق.
- تصميم المواقع الإلكترونية للعيادات والمستشفيات.
- استراتيجيات الإعلان الرقمي.

اليوم الرابع: إدارة العلاقات مع العملاء

- بناء علاقات طويلة الأمد مع المرضى.
- تقنيات قياس رضا العملاء.
- إدارة الشكاوى والملاحظات.

اليوم الخامس: تقييم الأداء التسويقي وأخلاقيات المهنة

- أدوات قياس فعالية الحملات التسويقية.
- إعداد تقارير الأداء وتحليل النتائج.
- أهمية الأخلاقيات في التسويق الصحي والتحديات الأخلاقية.

الشهادات المُعتمَدة

عند إتمام هذا البرنامج التدريبي بنجاح، سيتم منح المشاركين شهادة هاي بوينت رسمياً، اعترافاً بمعارفهم وكفاءاتهم المثبتة في الموضوع. تُعد هذه الشهادة دليلاً رسمياً على كفاءتهم والتزامهم بالتطوير المهني.