

مشخصات درس

عنوان درس: بازاریابی اطلاعات سلامت (کارشناسی)

شماره درس: 161331031

تعداد و نوع واحد: نظری- ۲ واحد

رشته و مقطع تحصیلی: کتابداری و اطلاع‌رسانی، کارشناسی

ساعت اجرا: یکشنبه ۱۰-۱۲

پیش نیاز درس:

مسئول درس

نام و نام خانوادگی: دکتر حسن اشرفی ریزی

آدرس دفتر و شماره تماس: دانشکده مدیریت و اطلاع‌رسانی پزشکی، گروه کتابداری پزشکی، تلفن: ۳۷۹۲۵۱۶۱

آدرس پست الکترونیکی: hassanashrafi@mng.mui.ac.ir

اهداف و روش‌ها

هدف کلی درس: آشنایی با مفاهیم و اهداف کلی اقتصاد کلان و خرد، بازاریابی و کارآفرینی اطلاعاتی، و تبیین نقش متخصصان اطلاعات در فرآیندهای مرتبط با بازاریابی اطلاعات و خدمات اطلاعاتی

اهداف رفتاری:

پس از گذراندن این درس دانشجو باید بتواند:

- با مفاهیم اقتصاد خرد و کلان و مصادیق آن‌ها آشنا باشد.
- قادر باشد اهمیت و ضرورت بازاریابی برای محصولات اطلاعاتی در عصر حاضر را تشریح کند.
- نقش و جایگاه اطلاعاتی (Infopreneurship) را مورد تبیین و تشریح قرار دهد.
- با انواع گوناگون شیوه‌های بازاریابی و بخش‌بندی بازار (Market Segmentation) آشنا باشد.
- بتواند برای یک کتابخانه و مرکز اطلاع‌رسانی (فرضی یا واقعی) دست به تدوین طرح بازاریابی (Marketing Plan) بزند.
- ضمن آشنایی با انواع آمیخته‌های بازاریابی (Mixed Marketing) قادر به تشخیص آمیخته متناسب با کتابخانه یا مرکز اطلاع‌رسانی خود (فرضی یا واقعی) باشد.
- با انواع شیوه‌های قیمت‌گذاری منابع اطلاعاتی آشنا باشد.

روش تدریس: سخنرانی استاد، پرسش و پاسخ، ارائه کنفرانس توسط دانشجویان در کلاس درس

وسایل و تجهیزات آموزشی مورد نیاز: پروژکتور

روش ارزشیابی:

میان ترم: ۳ نمره، تکالیف کلاسی ۵ نمره، پایان ترم ۱۲ نمره (به صورت تشریحی)

سیاست‌ها و قوانین درس: زمینه‌سازی جهت اظهار نظر دانشجویان در کلاس درس و تشویق به یادگیری مشارکتی. حضور و غیاب و تاخیر: ۱. حضور و غیاب در هر جلسه و پیگیری علل غیبت یا تاخیر دانشجو ۲. ارائه تذکر شفاهی و اعمال سیاست‌های اصلاحی در صورت موجه نبودن غیبت و تاخیر

منابع درس

منبع یا منابع اصلی و ضروری جهت مطالعه

۱. بصیریان، رضا (۱۳۸۸). بازاریابی در کتابخانه ها و مراکز اطلاع رسانی. ویراستار: علیرضا نوروزی. تهران: چاپار (کل فصل ها)
۲. راولی، جنیفر (۱۳۸۸). بازاریابی اطلاعات. ترجمه مریم اسدی؛ ویراستار علمی حسن اشرفی ریزی. تهران: چاپار، ۱۳۸۸ (فصل اول و دوم)
۳. هایس، رابرت ام. (۱۳۸۱). «اقتصاد اطلاعات». ترجمه حمید رضا جمالی مهمویی. دایره المعارف کتابداری و اطلاع رسانی. سرپرست و ویراستار عباس حرری. جلد اول: ص. ۲۶۱-۲۷۴ (مطالب این بخش توسط استاد ساده سازی می شود؛ لذا دانشجویان یادداشت برداری کنند).
۴. آخشیکیک، سمیه (۱۴۰۲). بازاریابی در کتابخانه ها و مراکز اطلاع رسانی. تهران: چاپار

منبع مفید و کمک کننده به یادگیری بهتر

۱. اخلاصی ا. اصول برندسازی. تهران: انتشارات علمی، ۱۳۹۱.
- امیری قدایی (فتح الله (۱۳۸۸). اصول بازاریابی. اصفهان: جهاد دانشگاهی (فصل های ۲ و ۵)
- امیری، فرهام؛ قاسمی، ساسان (۱۳۹۱). بازاریابی اجتماعی. اصفهان: ارکان دانش.
- سلیمانی بشلی ع، طالبی و. تبلیغات پنهان در بازاریابی. تهران: بازاریابی، ۱۳۹۰.
- علوی ا. کلیات علم اقتصاد. تهران: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، ۱۳۹۲.
- علیدوستی س، خسروجردی م. مبانی اطلافرینی: کارآفرینی با اطلاعات و در اطلاع رسانی. تهران: پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات؛ چاپار، ۱۳۹۱.
- کاتلر ف، آرمسترانگ گ. اصول بازاریابی. اصفهان: آموخته، ۱۳۹۱.
- وارد، سوزان؛ فانگ، یم اس؛ و دثری، تامی نیکلسون (۱۳۸۲). تحویل اطلاعات در قرن بیست و یکم (خلاصه مذاکرات چهارمین کنفرانس بین المللی خدمات اطلاع رسانی انتفاعی در کتابخانه ها). ترجمه حسن اشرفی ریزی و دیگران. تهران: چاپار.
- وود ج. و. چگونه برنامه بازاریابی بنویسیم. ترجمه عر احمدی، ف فرزین مهر. تهران: مبلغان، ۱۳۸۹.

- Ferrell OC, Hartline M. Marketing Strategy, Text and Cases; 6th Edition. Cengage Learning, 2012...۵

جدول زمان بندی درس

جلسه	موضوع	مدرس
اول	جلسه معارفه و تعیین تکالیف، نقش های اقتصادی اطلاعات	دکتر اشرفی
دوم	جنبه های اقتصادی اطلاعات سلامت	دکتر اشرفی
سوم	بازاریابی (مفهوم، تاریخچه و تئوری ها)	دکتر اشرفی
چهارم	انواع بازاریابی (اطلاعات، اطلاعات سلامت، محتوایی، چریکی، اجتماعی و...)	دکتر اشرفی
پنجم	بازاریابی اطلاعات سلامت (مفهوم، اهمیت و...)	دکتر اشرفی
ششم	مدل های بازاریابی اطلاعات (۴ پی، ۷ پی و ۴ سی و APPARENT SCOPE)	دکتر اشرفی
هفتم	بازاریابی در کتابخانه های مرتبط با سلامت و نقش کتابداران پزشکی در این فرایند	دکتر اشرفی
هشتم	بازاریابی کتابخانه ها و گروه های خاص مانند سالمندان، معلولان و...	دکتر اشرفی
نهم	اینفلوئنسر ها (Influencer) و نقش آنها در توسعه استفاده از کتابخانه های سلامت	دکتر اشرفی

دکتر اشرفی	تهیه طرح بازاریابی در کتابخانه ها	دهم
دکتر اشرفی	برندسازی در کتابخانه ها	یازدهم
دکتر اشرفی	خدمات انتفاعی در کتابخانه ها و قیمت گذاری منابع اطلاعاتی	دوازدهم
دکتر اشرفی	کار آفرینی (مفهوم، تاریخچه و اهمیت آن در توسعه)	سیزدهم
دکتر اشرفی	کار آفرینی در کتابداری و اطلاع رسانی پزشکی	چهاردهم
دکتر اشرفی	اطلاع آفرینی (مفهوم و تاریخچه و نقش آن در توسعه کتابداری و اطلاع رسانی پزشکی)	پانزدهم
دکتر اشرفی	اطلاع آفرینی (مفهوم و تاریخچه و نقش آن در توسعه کتابداری و اطلاع رسانی پزشکی)	شانزدهم
دکتر اشرفی	جمع بندی مطالب ترم تحصیلی و رفع مشکلات	هفدهم