専門教育科目 講義科目

授業科目名	医療マーケティング論	科目コード	配当年次	単位
担当教員	真野　俊樹	EA63	3・4	2

科目の概要

もともとマーケティングは、生産者と消費者をつなぐ手法であるため、医療機関に勤務するスタッフは、マーケティングを基本にした考え方が必須である。さらに最近になって、マーケティングという学問・手法がコミュニケーションスキルであるという考え方に変わってきたため、サービス業ともいえる医療分野にも十分に適用できるようになってきている。
本科目は、医療において必要とされるマーケティング思考とは何かについて考えながら、医療スタッフと患者のより良い関係を構築するための方法論を学習する。

科目の到達目標

①医療マーケティングの要諦を具体的につかむことができる。
②通常のマーケティングと異なる部分を理解することができる。

テキスト	『医療マーケティング 第３版』真野 俊樹,日本評論社,2019年

テキストの読み方

①章ごとに要点があるので、しっかり読み込むこと。
②テキストに書かれていることを理解するのはもちろん、それを日常の仕事や生活に置き換えて解釈し、自分自身の反省を踏まえ、今後の自分の行動変革を考えながら読むことが求められる。

単位修得の方法

リポート課題を提出し、60点以上であれば合格となり、科目修得試験を受験できる。科目修得試験の得点が60点以上であれば合格となり、評価が確定し、２単位を修得できる。