

Հավելված

ՀՀ առողջապահության նախարարի
« 15 » մարտ 2022թ.
N 1062 - Ա հրամանի

ԾՐԱԳԻՐ

«ԱՌՈՂՋԱՊԱՀՈՒԹՅԱՆ ՄԱՐՔԵԹԻՆԳ» ԹԵՄԱՅՈՎ ԴԱՍԸՆԹԱՑԻ

Ապրիլի 5-մայիսի 25, 2022թ., ք. Երևան (Մ. Հերացու անվան ԵՊԲՀ)

Երևանի Մ. Հերացու անվան պետական բժշկական համալսարան,

Օր 1՝ Ապրիլի 5			
15:00-19:00	- Մարքեթինգի հիմնական սկզբունքները - Առաջարկ - Պահանջարկ - SWOT վերլուծություն - Մարքեթինգ միքս (գին, ապրանք, առաջխաղացում, վալյր / 4P's+3 P's)	Դասախոսություն – 1.5 ժամ Ընդմիջում – 30 րոպե Դեպքի քննարկում – 1 ժամ Հարցուպատասխան – 30 րոպե Ամփոփում – 30 րոպե	Մ. Սիմոնյան
Օր 2՝ Ապրիլի 6			
15:00-19:00	Մրցակցություն	Դասախոսություն – 1.5 ժամ Ընդմիջում – 30 րոպե Դեպքի քննարկում – 1 ժամ Հարցուպատասխան – 30 րոպե Ամփոփում – 30 րոպե	Մ. Սիմոնյան
Օր 3՝ Ապրիլի 12			
15:00-19:00	Ապրանք/ծառայություն	Դասախոսություն – 1.5 ժամ Ընդմիջում – 30 րոպե Դեպքի քննարկում – 1 ժամ	Խ. Մարգարյան

		Հարցուպատասխան – 30 րոպե Ամփոփում – 30 րոպե	
Օր 4՝ Ապրիլի 13			
15:00-19:00	Գին/գնագոյացում Գնագոյացում. ապրանք և գին	Դասախոսություն – 1.5 ժամ Ընդմիջում – 30 րոպե Դեպքի քննարկում – 1 ժամ Հարցուպատասխան – 30 րոպե Ամփոփում – 30 րոպե	Խ. Մարգարյան
Օր 5՝ Ապրիլի 19			
15:00-19:00	Գովազդ. Սպառողական վարքագիծ Գովազդային բրիֆին կազմում WHW մոդել Գովազդի առասպելները Գովազդի առաջ դրված խնդիրները Գովազդի տեսակները / դասակարգումները Գովազդային ոճեր Արդյունավետության ցուցանիշներ	Դասախոսություն – 1.5 ժամ Ընդմիջում – 30 րոպե Դեպքի քննարկում – 1 ժամ Հարցուպատասխան – 30 րոպե Ամփոփում – 30 րոպե	Բ. Խաչունց
Օր 6՝ Ապրիլի 20			
16:00-19:00	Բրենդ, բրենդինգ, նեյմինգ Բրենդի նպատակադրում Բրենդի թիրախավորում Բրենդի պլանավորում Բրենդի կառավարում Բրենդի առաջնորդում Բրենդի մոնիթորինգ	Դասախոսություն – 1.5 ժամ Ընդմիջում – 30 րոպե Դեպքի քննարկում – 1 ժամ Հարցուպատասխան – 30 րոպե Ամփոփում – 30 րոպե	Բ. Խաչունց
Օր 7՝ Ապրիլի 26			
15:00-19:00	Ապրանքի/ծառայության դիրքավորում, սեգմենտավորում • Շուկայի վերլուծությունը և բաժանումը	Դասախոսություն – 1.5 ժամ Ընդմիջում – 30 րոպե Դեպքի քննարկում – 1 ժամ	Մ. Սիմոնյան

	համապատասխան սեզմենտների • Սպառողական շուկայի վերլուծություն • Սեզմենտների գնահատում և ընտրություն • Կենտրոնացված, դիֆերենցված և չդիֆերենցված մարկետինգ • Ապրանքի տարբերակում (դիֆերենցիացիա)	Հարցուպատասխան – 30 րոպե Ամփոփում – 30 րոպե	
Օր 8՝ Ապրիլի 27			
15:00-19:00	Ապրանքի/ծառայության կյանքի փուլեր Սպառողների տեսակները Ապրանքի կյանքի փուլերի բնութագրումը Ըստ կյանքի փուլերի մարքեթինգի տեսակների ընտրում	Դասախոսություն – 1.5 ժամ Ընդմիջում – 30 րոպե Դեպքի քննարկում – 1 ժամ Հարցուպատասխան – 30 րոպե Ամփոփում – 30 րոպե	Մ. Սիմոնյան
Օր 9՝ Մայիսի 3			
15:00-19:00	Թվային մարքեթինգ Թվային մարքեթինգ թե՛ ավանդական Սոցիալական մարքեթինգի ռազմավարության ընտրությունը առողջապահական կազմակերպությունների համար: Դիրքավորում, թիրախավորում, սեզմենտավորում	Դասախոսություն – 1.5 ժամ Ընդմիջում – 30 րոպե Դեպքի քննարկում – 1 ժամ Հարցուպատասխան – 30 րոպե Ամփոփում – 30 րոպե	Լ. Ավետիսյան
Օր 10 Մայիսի 4			
	Թվային մարքեթինգ • Սոցիալական էջերի կառավարում • Facebook Business Manager, հաշվի ստեղծում, էջերի կառավարում • Like, reach և engagement տարբերություններ • Մրցույթների և հարցումների	Դասախոսություն – 1.5 ժամ Ընդմիջում – 30 րոպե Դեպքի քննարկում – 1 ժամ Հարցուպատասխան – 30 րոպե Ամփոփում – 30 րոպե	Լ. Ավետիսյան

	ներգործությունը և ներգրավումը • Քայլ առ քայլ գովազդի պատրաստում՝ անվճար վիզուալ հարթակների օգնությամբ, պրակտիկ քննարկում և աշխատանք (ցանկալի է համակարգիչների առկայություն		
Օր 11 Մայիսի 10			
	Կազմակերպությունների ռազմավարությունների մշակում • Առաքելություն • Տեսլական • Նպատակներ • Խնդիրներ և նրանց լուծելու հնարավորություններ	Դասախոսություն – 1.5 ժամ Ընդմիջում – 30 րոպե Դեպքի քննարկում – 1 ժամ Հարցուպատասխան – 30 րոպե Ամփոփում – 30 րոպե	Մ. Սիմոնյան
Օր 12 Մայիսի 11			
	Առողջապահական կոմունիկացիաներ • Ինչ է կոմունիկացիոն ռազմավարությունը • Ինֆորմացիայի վերլուծություն և խնդիրների վերհանում • Թիրախի ընտրություն • Լսարանի սեզմենտավորում • Գաղափարի զարգացում և թեստավորում • Կոմունիկացիոն ուղիների ընտրություն • Բանաձևի ընտրություն, կազմում և թեստավորում • Առաջնադասական պլանի կազմում և զարգացում • Արդյունքների հավաքագրում • Արդյունավետության գնահատում	Դասախոսություն – 1.5 ժամ Ընդմիջում – 30 րոպե Դեպքի քննարկում – 1 ժամ Հարցուպատասխան – 30 րոպե Ամփոփում – 30 րոպե	Մ. Սիմոնյան
Օր 13 Մայիսի 17			
	Բժշկական մարքեթինգ • Ի՞նչ է բժշկական մարքեթինգը	Դասախոսություն – 1.5 ժամ Ընդմիջում – 30 րոպե	Գ. Ղազարյան

	• Բժշկական մարքեթինգի դերը ԱՌ-ում. ընդհանուր բնութագրերը կոմերցիոն և բժշկական մարկետինգի տարբերությունները : • Ինչպես հնարավոր է բժշկական մարկետինգը փոփոխի կյանքի ապրելակերպը • Բժշկական մարկետինգի կոմպոնենտները • Վաճառքի շղթա. հիմնական կոմպոնենտները, անընդհատությունը և արդյունաբերությունը, հիմնական գործունեության ցուցանիշներ (KPI - Key Performance Indicator)	Դեպքի քննարկում – 1 ժամ Հարցուպատասխան – 30 րոպե Ամփոփում – 30 րոպե	
Օր 14 Մայիսի 18			
	Բժշկական մարքեթինգ • Բժշկական մարքեթինգի ռազմավարությունը. որ 20% է ապահովում Ձեր եկամտի 80% • Բժշկական մարքեթինգի 6 հիմնական ռազմավարությունները • Բժշկական մարքեթինգի 7 պոտենցիալ սխալները • Մարքեթինգ MIX • Ինչպես մեծացնել ներդրում/եկամուտ վերադարձը (ROI) SMART նպատակները ըստ դիրքավորման առողջապահական ոլորտում	Դասախոսություն – 1.5 ժամ Ընդմիջում – 30 րոպե Դեպքի քննարկում – 1 ժամ Հարցուպատասխան – 30 րոպե Ամփոփում – 30 րոպե	Գ. Ղազարյան
Օր 15 Մայիսի 24			
	Բարձր տեխնոլոգիաների մարքեթինգ • Ի՞նչ է բարձր տեխնոլոգիաները: • Բարձր տեխնոլոգիաներ Եվրոպայում	Դասախոսություն – 1.5 ժամ Ընդմիջում – 30 րոպե Դեպքի քննարկում – 1 ժամ Հարցուպատասխան – 30 րոպե	Ռ. Սեթի

	• Ո՞րն է տարբերությունը բարձր և ցածր տեխնոլոգիաների միջև: • Ներքին նկատառումները Hi-Tech շուկայավարման ոլորտում • Ռազմավարական պլանավորում Hi-Tech մարկետինգ ոլորտում	Ամփոփում – 30 թույն	
Օր 16 Մայիսի 25			
	Բարձր տեխնոլոգիաների մարկետինգ • Որո՞նք են բարձր տեխնոլոգիաների շուկայավարման հետևանքները: • Հայտարարում և լրացում խորը բացը Hi-Tech շուկայավարման ոլորտում • Պլանավորում շուկայավարման առաջարկներ • Սոցիալական մեդիա, V / բլոգավարում, SEO-ին, բովանդակության պատրաստում շուկայավարման ոլորտում Եզրակացություններ	Դասախոսություն – 1.5 ժամ Ընդմիջում – 30 թույն Դեպքի քննարկում – 1 ժամ Հարցուպատասխան – 30 թույն Ամփոփում – 30 թույն	Ռ. Սեթի

Թիրախային լսարան՝ ավագ բուժաշխատողներ:
 Մասնակիցների ակնկալվող թվաքանակ՝ 25 հոգի: