|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **كلية الادارة والاقتصاد** | | | | College Name |
| **ادارة مستشفيات** | | | | Department |
| **اصغر حسن علي** | | | | Full Name as written in Passport |
|  | | | | e-mail |
| **Professor** | **Assistant Professor** | **Lecturer** | **Assistant Lecturer** | Career |
| PhD | | Master | |  |
| **اهمية النشاط الترويجي في تحقيق الوعي الصحي** | | | | Thesis Title |
| **2003** | | | | Year |
| يعد الترويج الصحي من وظائف المنظمات الصحية التي تمثل صلة وصل مع البيئة الخارجية لها . والقادرة على كسب الجمهور وتحقيق الفوائد المالية التي من شأنها المحافظة على استمرارية وتطور المنظمات الصحية . ويتوقف نجاح تسويق الخدمات الصحية على مدى نجاح المنشآت الصحية التي تقدمها للمستهلكين في اختيار المزيج الترويجي المناسب لطبيعة الخدمات الصحية والخصائص السلوكية للمستهلكين . بالاضافة الى تفاعل عناصر المزيج الترويجي مع باقي عناصر المزيج التسويقي في تلك المنشآت . ويمثل الترويج اهمية حيوية نظراً لانه يمد المستهلكين بالمعلومات الضرورية حول المزايا النسبية للخدمات او السلع التي تنتجها المنشأة ، واثارة الاهتمام بها والاقناع بامكانية اشباعها لاحتياجاتهم ، ودفعهم على التعامل مع تلك المنشآت للحصول عليها واستمرارهم في ذلك مستقبلاً . ويهدف هذا البحث الى ترسيخ اسس ومفاهيم الترويج في المنظمات الصحية .  **ولقد اعتمد البحث اللجنة الوطنية للكشف المبكر لسرطان الثدي في ديوان وزارة الصحة والعيادة الاستشارية للكشف المبكر لاورام الثدي في مدينة الطب في بغداد كميدان وموقع للدراسة .**  **وحددت مشكلة البحث بغياب المفاهيم والاسس الترويجية وغياب الوعي الترويجي والجهل بمعرفة مباديء الترويج بالشكل الدقيق في المنظمات الصحية .**  **وتوصل الباحث الى مجموعة من الاستنتاجات اهمها قلة الكوادر المتخصصة من ذوي الكفاءات العلمية في النواحي الترويجية ، وعدم تطبيق الاساليب العلمية التي بموجبها يتم تقييم كفاءة عناصر المزيج الترويجي .**  **وقد خرج البحث بمجموعة من التوصيات لمعالجة الحالة المبحوثة اهمها ، تدريب الكوادر الاعلامية العاملة في الاذاعة والتلفزيون ، وتدريب العاملين في قسم الإعلام بوزارة الصحة وضرورة مساهمة القطاع الخاص في تنفيذ المشروع .** | | | | Abstract |