

بسمه تعالی

برنامه برگزاری دوره MED-PHARMA MBA

دی ماه ۱۴۰۳

۱- مقدمه و بیان مسئله

با توجه به این که طی سال‌های اخیر تغییرات در اصلاحات مراقبت‌های بهداشتی، سالمندی و تحولات و رشد صنعت سلامت تقاضا برای تربیت نسل جدید مدیران در حوزه سلامت منجر به تشدید نیاز به پست‌های مدیریت و مدیریت مراقبت‌های بهداشتی شده است، کسب مدرک MED-PHARMA MBA می‌تواند دانش و تجربیات موردنیاز برای پیشرفت در نقش‌های مدیریتی را در اختیار دانشجویان قرار دهد، همچنین این دوره تخصصی فارغ‌التحصیلان را قادر می‌سازد تا مهارت‌های مدیریتی لازم به‌منظور فعالیت در بخش‌های مختلف در کسب‌وکارهای حوزه سلامت را کسب نمایند.

دوره تخصصی میان‌رشته‌ای MED-PHARMA MBA فرصتی ویژه‌ای را با هدف توسعه نگرش، دانش و ارتقای شایستگی‌های کلیدی دانش‌آموختگان فعال در حوزه‌های زیر به ارمغان می‌آورد:

- آشنایی با مهم‌ترین چالش‌ها و روندهای بین‌المللی و داخلی مدیریتی در حوزه سلامت
- آشنایی با روندها و فناوری‌های در حال ظهور و توسعه
- آشنایی با مبانی زنجیره تأمین در حوزه سلامت
- روش‌های نوین شناسایی تغییر رفتار بیماران و افزایش مشارکت بیماران
- رویکردهای کارآمد به‌منظور ایجاد نوآوری در حوزه سلامت

همچنین فراگیران با کمک ارتباط اثربخش با متورها و مشاوران حرفه‌ای در حوزه سلامت در طول این مسیر می‌توانند، ایده‌ها، برنامه‌های بهبود متناسب با محیط فعلی محیط کاری خود را تحت عنوان پروژه عملیاتی در انتهای این دوره آموزشی، طراحی و پیاده‌سازی نمایند تا ضمن تعمیق آموخته‌های دوره به‌صورت عملیاتی، سازمان یا شرکت خود را نیز از مزایای توسعه مهارت خود به‌صورت کاربردی، بهره‌مند سازند. به همین منظور این دوره در دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی، در قالب یک دوره آموزشی و کاربردی ۳۰۰ ساعته به‌صورت مجازی و ترکیبی با تدریس اساتید و مدیران مجرب و متخصص و باتجربه در حوزه سلامت در کشور از انتهای بهمن ماه سال جاری به مدت یکسال برگزار خواهد شد و دانشنامه این دوره از طرف دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی صادر خواهد شد که قابل ترجمه نیز می‌باشد. همچنین امکان ثبت نام جداگانه در هریک از دروس این دوره نیز امکان پذیر بوده و پس از گذراندن آن، برای فراگیران تک درس‌ها صرفاً گواهی حضور در دروس مذکور صادر می‌گردد.

۲- سرفصل‌های دروس ارائه شده (۲ ترم شش‌ماهه)

ردیف	عنوان	توضیحات	سرفصل و رفرنس‌های پیشنهادی	نام استاد	روز/ساعت
۱	مبانی مدیریت و سیاست‌گذاری در حوزه سلامت	این دوره درک دقیقی از اجزای مختلف سیستم مراقبت‌های بهداشتی - ارائه‌دهندگان، مصرف‌کنندگان، پرداخت‌کنندگان، اشخاص ثالث و نحوه ارتباط متقابل آنها را ارائه می‌دهد. همچنین این دوره به اصول اقتصاد کلان شامل روابط متقابل اقتصادی کل و شاخص‌های فعالیت اقتصادی، علل و پیامدهای چرخه‌های تجاری مراقبت‌های بهداشتی و تأثیر سیاست‌های دولت می‌پردازد. موضوعات اقتصاد خرد شامل بهینه‌سازی، تکنیک‌های پیش‌بینی، برآورد تقاضا و هزینه، ساختار بازار، قیمت‌گذاری، تصمیم‌گیری تحت عدم قطعیت و تجزیه و تحلیل هزینه - فایده است.	۱. بررسی ساختار نظام سلامت ایالات متحده، انگلستان و اتحادیه اروپا (نظام بیمه، ساختارهای نظارتی و تنظیم‌گر، تعرفه‌ها در حوزه سلامت، قیمت‌گذاری فرآورده‌های سلامت) ۲. بررسی نظام سلامت ایران (نظام بیمه‌های درمانی، ساختارهای نظارتی و تنظیم‌گر، تعرفه‌ها در حوزه سلامت، قیمت‌گذاری فرآورده‌های سلامت) رفرنس: کتاب قولاند و گتز		پنجشنبه‌ها ساعت ۹-۱۶ (۴ هفته)
۲	مبانی مدیریت مالی در حوزه سلامت	در این دوره ابزارهای موجود برای شناخت مدیریت سرمایه و شکل‌گیری و ارتباط آن باثبات مالی سازمان و فرایند تصمیم‌گیری را ارائه می‌گردد. همچنین این دوره افراد را برای رهبری مؤثرتر و اخلاقی‌تر در موقعیت‌هایی که مسائل مالی نقش کلیدی دارد، آماده می‌سازد. این دوره به‌عنوان مقدمه‌ای بر مفاهیم و اصول حسابداری مدیریتی عمل می‌کند و سیستم‌های حسابداری بهای تمام شده، بودجه‌بندی، تجزیه و تحلیل متغیرهای بودجه، حسابداری مسئولیت و تصمیم‌گیری و ارتباط آنها با رهبری و فرایند تصمیم‌گیری استراتژیک را پوشش می‌دهد.	۱. آشنایی با اصول و مفاهیم مدیریت مالی و حسابداری ۲. آشنایی با انواع گزارش‌های مالی و حسابداری بهای تمام شده ۳. تحلیل صورت‌های مالی ۴. روش‌های بودجه‌بندی و تأمین مالی رفرنس: کتاب حسابداری و مدیریت مالی برای مدیران (انتشارات سازمان		پنجشنبه‌ها ساعت ۹-۱۶ (۴ هفته)

ردیف	عنوان	توضیحات	سرفصل و رفرنس‌های پیشنهادی	نام استاد	روز/ساعت
			مدیریت صنعتی)، مرجع شاخص‌های کلیدی ارزیابی سازمان (انتشارات آریلنا قلم)، کتاب برنامه‌ریزی، تحلیل مالی و مدیریت عملکرد (انتشارات Wiley)		
۳	مبانی مدیریت بازاریابی عمومی و بین‌المللی در حوزه سلامت	این دوره به معرفی استراتژی بازاریابی در حوزه سلامت می‌پردازد. هدف از این دوره معرفی و تقویت تصمیم‌گیری‌های بازاریابی است که نقشی جدایی‌ناپذیر در موقعیت و رویکرد استراتژیک شرکت ایفا می‌نماید. این دوره یک چارچوب سیستماتیک برای درک مدیریت بازاریابی و استراتژی ارائه می‌دهد و شرکت‌کنندگان پایه‌ای از مفاهیم و شیوه‌های بازاریابی، تکنیک‌های تصمیم‌گیری بازاریابی، منابع حمایت مالی و استراتژی‌های بازاریابی در حوزه سلامت ارائه می‌نماید.	۱. تعریف و مفهوم بازاریابی جهانی ۲. استراتژی‌های بازاریابی ۳. مبانی تحقیقات بازار و تحلیل مشتریان ۴. برندسازی و CRM ۵. اصول و فنون مذاکره ۶. مفاهیم و اصول بازاریابی بین‌الملل و دیجیتال به همراه بررسی روندهای کسب‌وکار سازمان‌های سلامت در حوزه‌های مذکور رفرنس: کتاب گاو بنفش، کتاب مدیریت بازاریابی فیلیپ کاتلر		پنجشنبه‌ها ساعت ۹-۱۶ (۴ هفته)
۴	مدیریت فناوری اطلاعات در حوزه سلامت	ابزارهای تحلیلی برای تصمیم‌گیری شامل یک دوره پایه در آمار، تدوین گزارش و تجزیه و تحلیل تصمیم‌گیری است. اهداف دوره یادگیری تکنیک‌های اساسی تجزیه و تحلیل داده‌ها، نمونه‌گیری و تخمین و تحلیل تصمیم بوده و این دوره با استفاده از ترکیبی از آموزش نرم‌افزارها و بحث موردی انجام می‌شود.	۱. مفهوم و کاربرد هوش تجاری و ابزار آن ۲. مبانی اکسل و POWER BI ۳. مبانی برنامه آماری SPSS ۴. مبانی کاربردهای هوش مصنوعی در تحلیل داده		پنجشنبه‌ها ساعت ۹-۱۶ (۴ هفته)

ردیف	عنوان	توضیحات	سرفصل و رفرنس‌های پیشنهادی	نام استاد	روز/ساعت
۵	مبانی مدیریت منابع انسانی در حوزه سلامت	تمامی سازمان‌ها تحت‌تأثیر نحوه رفتار افراد در آن سازمان‌ها قرار می‌گیرند. نقش کلیدی یک مدیر هدایت آن رفتار برای انجام موفقیت‌آمیز اهداف سازمانی است. در این دوره، درک درستی از دیدگاه‌های نظری مختلف درباره تیم‌سازی و مدیریت آن به دست خواهید آورد و خواهید آموخت که چگونه از این نظریه‌ها برای تجزیه و تحلیل سیستماتیک موقعیت‌های سازمانی و ایجاد برنامه‌های اقدام مناسب استفاده کنید.	۱. مبانی تیم‌سازی و مدیریت تیم ۲. بررسی اقسام فرهنگ سازمانی ۳. مهارت‌های رهبری، جانشین‌پروری، مدیریت رفتار سازمانی و... ۴. تست‌های مورد استفاده در شناخت و جذب افراد در یک تیم		پنجشنبه‌ها ساعت ۹-۱۶ (۴ هفته)
۶	مبانی کارآفرینی در حوزه سلامت	این دوره با هدف آموزش الزامات مورد نیاز به منظور تبدیل نوآوری‌های شرکتی به مشاغل سودآور طراحی شده است. به طور خلاصه، فراگیران در این درس مهارت و دانش لازم برای به‌کارگیری فرایند کارآفرینی را در چارچوب شرکت، توسعه خواهند داد.	۱. آشنایی با انواع ساختار سازمانی ۲. آشنایی با انواع مدل‌های کسب‌وکار ۳. مبانی تحلیل کسب‌وکار ۴. برنامه‌ریزی از ایده تا ایجاد یک کسب‌وکار رفرنس: کتاب تئوری سازمان، کتاب خلق مدل کسب‌وکار و طراحی کسب‌وکار بهتر (انتشارات آریانا قلم)		پنجشنبه‌ها ساعت ۹-۱۶ (۴ هفته)
۷	مدیریت زنجیره تأمین در حوزه سلامت	این دوره بر آموزش مدیریت عملیات و برنامه‌ریزی، هماهنگی و کنترل فعالیت‌های دخیل در تبدیل منابع به کالا و خدمات متمرکز است. مدیریت عملیات شامل طیف بسیار گسترده‌ای از عملکردها را شامل مدیریت فناوری، زنجیره تأمین، کیفیت، بهبود فرایند کسب‌وکار، تولید و جریان اطلاعات می‌شود. این دوره مروری بر عملکردهای مختلف مدیریت عملیات را ارائه می‌کند که بر درک مفاهیم و تکنیک‌های اساسی در حوزه مدیریت عملیات که برای مدیریت کارآمد و مؤثر سیستم‌ها در حوزه سلامت ضروری هستند، تأکید می‌کند.	۱. مبانی و مفاهیم مدیریت زنجیره تأمین در حوزه سلامت ۲. مبانی مدیریت موجودی و عملیات در حوزه سلامت (مدیریت و پیش‌بینی فروش، تأمین و...) ۳. مبانی ارزیابی و پیش‌بینی ریسک‌های زنجیره تأمین در حوزه سلامت		پنجشنبه‌ها ساعت ۹-۱۶ (۴ هفته)

ردیف	عنوان	توضیحات	سرفصل و رفرنس‌های پیشنهادی	نام استاد	روز/ساعت
			۴. مبانی زنجیره تأمین دیجیتال رفرنس: کتاب مدیریت زنجیره تأمین در حوزه سلامت دیوید اسکات		
۸	مبانی حقوق کسب‌وکار در حوزه سلامت	این دوره به آموزش حقوق کسب‌وکار که مجموعه‌ای از قوانین است که از شرکت‌ها در تعاملات تجاری آن‌ها حمایت می‌کند و حوزه سلامت نیز از این مجموعه مستثنی نمی‌باشد، می‌پردازد. فراگیران در این دوره الزامات و مبانی حقوق کسب‌وکار که در حوزه سلامت کاربرد دارند را می‌آموزند.	۱. مبانی حقوق قراردادهای و اسناد تجاری ۲. مبانی حقوق کار و تأمین اجتماعی ۳. حقوق مالکیت فکری و تجارت الکترونیک ۴. مبانی حقوق جزایی در حوزه سلامت رفرنس: حقوق کسب‌وکار صفر تا صد به زبان ساده فرهاد بیات		پنجشنبه‌ها ساعت ۹-۱۶ (۴ هفته)
۹	مبانی مدیریت استراتژیک	این دوره با رویکردی یکپارچه برای تدوین و اجرای استراتژی و خط‌مشی سازمانی، بر عملکردهای سازمانی در ارتباط با مأموریت، اهداف و مقاصد تمرکز دارد. فراگیران امکان تمرین در خصوص تعریف مشکلات چندوجهی و علل آنها، تجزیه و تحلیل محیط‌های داخلی و خارجی کسب‌وکار، بررسی استراتژی‌های کلیدی کسب‌وکار، فرمول‌بندی گزینه‌های استراتژیک جایگزین و پرداختن به چالش‌های پیاده‌سازی را خواهند داشت که تأکید بر ابعاد اخلاقی حل مسئله در سطح مدیریت عمومی است. این دوره از ابزارهای تحلیلی و دانش مدیریتی توسعه‌یافته در تمام دوره‌های قبلی استفاده می‌کند و برای سازمان‌های انتقاعی و غیرانتقاعی کاربرد دارد.	۱. مقایسه و مبانی مدیریت استراتژیک و انواع استراتژی ۲. بررسی اجزای مختلف استراتژی به همراه بررسی نمونه عملیاتی ۳. نحوه انتخاب استراتژی در شرایط متلاطم رفرنس: کتاب مدیریت استراتژیک فرد آر. دیوید		پنجشنبه‌ها ساعت ۹-۱۶ (۴ هفته)

ردیف	عنوان	توضیحات	سرفصل و رفرنس‌های پیشنهادی	نام استاد	روز/ساعت
۱۰	طرح پروژه عملیاتی و جلسات انتقال تجربه با افراد فعال در صنایع حوزه دارو و سلامت	فراگیران یک پروژه نوآورانه به انتخاب خود آماده می‌کنند که دانش، نگرش‌ها و مهارت‌های توسعه‌یافته در طول تجربه قبلی خود را این دوره یکپارچه می‌کند و در ادامه شایستگی خود را در تفکر انتقادی، کاوش و حل مسائل پیچیده و مهم در مراقبت‌های بهداشتی نشان می‌دهند. در نهایت پروژه‌های خود را در قالب یک ارائه و یک طرح برای اساتید ارائه خواهند داد. هدف از این پروژه‌ها تأثیرگذار بودن و ارتباط مستقیم با اهداف شغلی فراگیران است. همچنین در طول آماده‌سازی فراگیران پروژه خود را با راهنمایی افرادی که به‌عنوان منتور حضور خواهند داشت ارائه می‌نمایند.	- مبانی مدیریت پروژه - طرح پروژه عملیاتی، آماده‌سازی و ارائه آن		پنجشنبه‌ها ساعت ۹-۱۶ (۴ هفته)
شهریه پیشنهادی دوره (میلیون ریال)		۲۵۰,۰۰۰,۰۰۰	مدت زمان پیشنهادی دوره (ساعت)	۳۰۰	

۳- الزامات اجرایی

ردیف	عنوان	جزئیات اجرایی	جزئیات هزینه‌های مالی (میلیون ریال)
۱	زمان برگزاری	پنجشنبه‌ها - ساعت ۹ الی ۱۶ (هر دوره به مدت یک‌ماه)	-
۲	ظرفیت دوره	حداکثر ۴۰ نفر	-
۳	شرایط ورود افراد به دوره	۱. نخبگان دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی (حداکثر ۲۰ نفر) ۲. حداقل سه سال سابقه فعالیت در صنعت/ حوزه سلامت به همراه ارسال رزومه (حداکثر ۲۰ نفر)	-

ردیف	عنوان	جزئیات اجرایی	جزئیات هزینه‌های مالی (میلیون ریال)
۴	محل برگزاری	دانشکده داروسازی دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی	توافق با دانشگاه
۵	سرتیق‌یکیت/ دانشنامه	ارائه گواهی حضور برای افرادی که صرفاً در یک یا چند کارگاه ثبت‌نام کرده‌اند ارائه سرتیق‌یکیت برای افرادی که صرفاً در یک یا چند کارگاه ثبت‌نام کرده‌اند	توافق با دانشگاه
۶	هماهنگی ورود و پارکینگ		توافق با دانشگاه
۷	تدارک و انتشار پوستر در دانشکده‌ها و فضای مجازی	چاپ و انتشار پوستر در سایز A2 و A3	-
۸	هزینه تدریس و هدایای مدرسان	هدیه نقیص جهت یادگاری	توافقی
۹	پذیرایی از شرکت‌کنندگان	هماهنگی نیروی خدمات دانشکده (آب جوش، چای، نسکافه، لیوان یکبار مصرف، قاشق چای‌خوری یکبار مصرف) پک پذیرایی (بهارای هر نفر طی دوره) نهار (بهارای هر نفر طی دوره)	توافق با دانشگاه ۳۵,۰۰۰,۰۰۰ توافق فراگیران
۱۰	ثبت‌نام افراد	ثبت اطلاعات شرکت‌کنندگان	-
۱۱	تحقیقات	شهریه دانشجویان نخبه دانشگاه علوم پزشکی شهیدبهشتی	۱۸۰۰۰۰۰۰
۱۲	هزینه ثبت‌نام تک درس	امکان پرداخت قسطی ندارد	۲۶,۵۹۰,۰۰۰
		مجموع هزینه‌های مالی (میلیون ریال)	۸۶۰۰,۰۰۰,۰۰۰