

2019-02

þý — • Æ ± Á ¼ ¿ ³ ® Ä É ½ • ¹ ´ ¹ ⁰ Î ½ œ ¿ Á

þý œ ¬ Á ⁰ µ Ä ¹ ½ ³ ⁰ Ñ µ š - ½ Ä Á ¿

þý ‘ À ¿ ⁰ ± Ä ¬ Ñ Ä ± Ñ · Ä ‘ Ä Ì ¼ É ½ ¼ µ š ¹

þý Á ¿ ² » ® ¼ ± Ä ± ± Á ± Ñ ⁰ µ Å ¿ Í » ±

þý § ± Ä ¶ · ¹ É ¬ ½ ½ ¿ Å ¬ Æ ¿ Ä ,

þý § ± Ä ¶ · ¹ É ¬ ½ ½ ¿ Å , ± Á ± Ñ ⁰ µ Å ¿ Í » ±

þý Á Ì ³ Á ± ¼ ¼ ± " ¹ ¿ ⁰ · Ä · Ä • À ¹ Ç µ ¹ Á ® Ñ µ É ½ , £ Ç ¿ » ® Ý ¹ ⁰ ¿ ½ ¿ ¼ ¹ ⁰ Î ½ • Ä ¹ Ä Ä · ¼ Î ½ ⁰ ± ¹

þý ± ½ µ Ä ¹ Ä Ä ® ¼ ¹ ¿ • µ ¬ Ä ¿ » ¹ Ä ¬ Æ ¿ Å

<http://hdl.handle.net/11728/11438>

Downloaded from HEPHAESTUS Repository, Neapolis University institutional repository

**Neapolis University**

**Pafos**

**Μεταπτυχιακή διατριβή**

**Η Εφαρμογή των Ειδικών Μορφών  
Μάρκετινγκ σε Κέντρο Αποκατάστασης  
Ατόμων με Κινητικά Προβλήματα**

**Παρασκευούλα Χατζηιωάννου**

**Πάφος , Φεβρουάριος 2019**

**Neapolis University**

**Pafos**

**Μεταπτυχιακή διατριβή**

**Η Εφαρμογή των Ειδικών Μορφών  
Μάρκετινγκ σε Κέντρο Αποκατάστασης  
Ατόμων με Κινητικά Προβλήματα**

**Παρασκευούλα Χατζηιωάννου**

**Πάφος , Φεβρουάριος 2019**

Έντυπο έγκρισης

Μεταπτυχιακή διατριβή

# **Η Εφαρμογή των Ειδικών Μορφών Μάρκετινγκ σε Κέντρο Αποκατάστασης Ατόμων με Κινητικά Προβλήματα**

Παρουσιάστηκε από την  
Παρασκευούλα Χατζηιωάννου

Επιβλέπων καθηγητής:

Υπογραφή \_\_\_\_\_

Μέλος επιτροπής: Όνομα και ιδιότητα

Υπογραφή \_\_\_\_\_

Μέλος επιτροπής: Όνομα και ιδιότητα

Υπογραφή \_\_\_\_\_

**Neapolis University Pafos**

**Πάφος , Φεβρουάριος, 2019**

**Πνευματικά Δικαιώματα**

Copyright © Παρασκευούλα Χατζηιωάννου, 2019

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

## **Ευχαριστίες**

Ευχαριστώ θερμά,

Τον Καθηγητή μου Άγγελο Τσαγκλάγκανο για την ευγενική του συνεργασία κατά την διάρκεια εκπόνησης της διπλωματικής μου εργασίας και την οικογένεια μου για την πολύτιμη συμπαράσταση της κατά την διάρκεια των σπουδών μου.

## **Περίληψη**

**Εισαγωγή** - Το κύριο πλεονέκτημα των κοινωνικών μέσων ενημέρωσης στα κέντρα αποκατάστασης, είναι ότι τους επιτρέπει να συνδεθούν με τους πελάτες και τους αγαπημένους τους σε ένα πιο προσωπικό και χαλαρό επίπεδο. Σε αντίθεση με τις περισσότερες μεθόδους μάρκετινγκ, οι οποίες περιλαμβάνουν λεπτομερείς περιγραφές υπηρεσιών και στοχοθετημένες προσκλήσεις για δράση, οι σελίδες στο Facebook και άλλες πλατφόρμες επιτρέπουν στους χρήστες να ασκούν χωρίς πίεση.

**Σκοπός** – Βασικός σκοπός της εν λόγω εργασίας, αναφέρεται σχετικά η συλλογή, αξιολόγηση και συζήτηση στοιχείων που τοποθετούνται στο πλαίσιο της ανάλυσης των δεδομένων για το θέμα της Εφαρμογής των Ειδικών Μορφών Μάρκετινγκ σε Κέντρο Αποκατάστασης Ατόμων με Κινητικά Προβλήματα.

**Υλικά – Μέθοδος** - Για την ανάλυση των συγκεκριμένων στοιχείων της εν λόγω πτυχιακής εργασίας, χρησιμοποιούνται πρωτογενή δεδομένα με τη χρήση ερωτηματολογίων προς το δείγμα της έρευνας αλλά και δευτερογενή δεδομένα που έχουν συλλεχθεί μέσω άρθρων και βιβλίων που αναλύουν τα στοιχεία για να περιγράψει τις συνθήκες της εφαρμογής και συμβολής του μεθόδων και τεχνικών Μάρκετινγκ στην λειτουργία ενός κέντρου αποκατάστασης.

**Δείγμα** - Ο πληθυσμός στόχος της εν λόγω μελέτης, αναφέρεται σχετικά σε 100 άτομα τα οποία εργάζονται ως υπεύθυνοι και απλοί υπάλληλοι σε Κέντρα Αποκατάστασης για άτομα με κινητικά προβλήματα στη Κύπρο. Η πρόσβαση των συγκεκριμένων υπευθύνων, πραγματοποιείται είτε με απευθείας επισκέψεις στους χώρους των υπευθύνων στα Κέντρα αυτά, είτε με την συμπλήρωση των ερωτηματολογίων στο Google Form.

**Βασικά Συμπεράσματα** – Σήμερα, υποστηρίζεται ότι οι χώρες προσπαθούν όλο και περισσότερο να αναπτύξουν συστήματα υγειονομικής περίθαλψης με επίκεντρο τον ασθενή. Η υγειονομική περίθαλψη αποτελεί μέρος μιας στροφής που επικεντρώνεται όλο και περισσότερο στα τελευταία χρόνια, υπογραμμίζοντας τη σημασία της ενσωμάτωσης των αναγκών και των προοπτικών των ασθενών στην παροχή φροντίδας». Αυτό επιτυγχάνεται με την τόνωση των ασθενών να συμμετέχουν ενεργά στην ανάπτυξη υπηρεσιών υγείας.

## **Abstract**

**Introduction** - The main advantage of social media in rehabilitation centers is that it allows connecting with customers and loved ones to a more personal and relaxed level. Unlike most marketing methods, including detailed service descriptions and targeted invitations to action, Facebook pages and other platforms allow users to exercise without pressure.

**Purpose** - The main purpose of this work, with regard to the collection, evaluation and discussion of data placed in the context of the analysis of data on the implementation of Special Marketing Forms at Mobile Remediation Center.

**Materials - Method** - To analyze the specific elements of this diploma thesis, original data is used using questionnaires to the sample of the survey but also secondary data collected through articles and books analyzing the data to describe the conditions of application and Contribution of Marketing Methods and Techniques to the operation of a rehabilitation center.

**Sample** - The target population of this study refers to 100 people working as responsible and simple employees in Rehabilitation Centers for People with Disabilities in Cyprus. Access for those responsible is either through direct visits to the sites responsible for these Centers or by completing the questionnaires on the Google Form.

**Key Conclusions** - Today, it is argued that states are increasingly trying to develop patient-centered healthcare systems. Healthcare is part of a shift that has been increasingly centered in recent years, underlining the importance of integrating patients' needs and prospects into care provision ". This is achieved by stimulating patients to participate actively in the development of health services.

## Περιεχόμενα