



**Εισαγωγή:** Το Κοινωνικό Μάρκετινγκ είναι ο προγραμματισμός και η εφαρμογή προγραμμάτων που σαν στόχο έχουν την αλλαγή συμπεριφορών προς όφελος του κοινωνικού συνόλου.



**Σκοπός:** Σκοπός της παρούσας βιβλιογραφικής ανασκόπησης είναι να διερευνηθεί η συνεισφορά του Κοινωνικού Μάρκετινγκ στην πρόληψη της εξάπλωσης τόσο των μεταδιδόμενων νοσημάτων όσο και των διαφόρων πανδημιών.

**Αποτελέσματα:** Η τέχνη του Κοινωνικού Μάρκετινγκ έχει χρησιμοποιηθεί ευρέως σε διεθνή προγράμματα υγείας. Έχει αναπτυχθεί για να αντιμετωπίσει τέσσερις κατηγορίες κοινωνικών προβλημάτων που είναι: α) προγράμματα για την προώθηση της υγείας, β) για την πρόληψη ατυχημάτων γ) για την προστασία του περιβάλλοντος και δ) προγράμματα για την κοινωνική προσφορά. Τα βασικότερα εργαλεία του Κοινωνικού Μάρκετινγκ είναι η τμηματοποίηση του κοινού-στόχου, η επιλογή και η στόχευση τμήματος του κοινού-στόχου. Στην Ελλάδα τα τελευταία έτη αναπτύσσονται αρκετά προγράμματα Κοινωνικού Μάρκετινγκ. Έχουν παρουσιαστεί καμπάνιες που εστιάζουν στην εξάλειψη της εξάπλωσης του HIV/AIDS, της ενημέρωσης του πληθυσμού για την εξάπλωση καθώς και τον τρόπο πρόληψης από πανδημίες. Μέσω του Κοινωνικού Μάρκετινγκ προβάλλονται διαφημιστικά μηνύματα υπέρ της πρόληψης και της ενημέρωσης, προσπαθώντας για αλλαγή των συνήθων συμπεριφορών.

**Συμπεράσματα:** Το Κοινωνικό Μάρκετινγκ είναι μία προέκταση των αρχών και των τεχνικών του Μάρκετινγκ που κύριο σκοπό του είναι η επίλυση των κοινωνικών προβλημάτων. Βρίσκει εφαρμογή σε προγράμματα, έχει ένα μακροχρόνιο ορίζοντα δράσης και δεν αφορά μεμονωμένες καμπάνιες. Κεντρικός στόχος του είναι η αλλαγή κάποιας συμπεριφοράς και όχι η απλή παροχή πληροφόρησης ή η αλλαγή πεποιθήσεων. Επηρεάζει τη συμπεριφορά σε εθελοντικό επίπεδο και δεν αντιπροσωπεύει μεθόδους εξαναγκασμού. Συμπερασματικά την εφαρμογή του το αποκομίζεται ολόκληρη η κοινωνία δίχως να αφορά τον οργανισμό για τον οποίο εργάζεται, καθώς αποτελεί σημαντικό εργαλείο ανάπτυξης της Δημόσιας Υγείας.

**ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΠΟΛΥ!!!**

