

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Зудин Александр Борисович
Должность: Директор
Дата подписания: 03.12.2024 15:49:44
Уникальный программный ключ:
0e1d6fe4fcfd800eb345df9af36751df3579e2c

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ НАУЧНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ИНСТИТУТ
ОБЩЕСТВЕННОГО ЗДОРОВЬЯ ИМЕНИ Н.А. СЕМАШКО»
ФГБНУ «Национальный НИИ общественного здоровья имени Н.А. Семашко»**

УТВЕРЖДАЮ

**Заместитель директора по научной
работе и образованию ФГБНУ
«Национальный НИИ общественного
здоровья имени Н.А. Семашко»**

_____/ О.Ю. Александрова /

« ____ » _____ 2021 г.

М. П.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Маркетинг медицинских услуг

Наименование дисциплины (модуля)

Программа составлена на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки

38.04.02 Менеджмент. Направленность Менеджмент медицинской организации

Код и направление подготовки. Направленность

Магистр

Квалификация (степень) выпускника

Очно-заочная

Форма обучения

СОГЛАСОВАНО

Программа одобрена на заседании

Ученого совета

от « 24 » июня 2021 г.

Протокол № 4

СОСТАВИТЕЛИ

Ведущий научный сотрудник центра высшего и
дополнительного профессионального образования,
д.м.н.

Смбатян Сиран
Мануковна

Должность, степень

Подпись

Расшифровка подписи

1. Цели и задачи дисциплины (модуля)

Дисциплина (модуль)

➤ Маркетинг медицинских услуг

Наименование дисциплины и Модуля (при наличии)

реализуется в вариативной части учебного плана по направлению подготовки
базовой/вариативной

➤ 38.04.02 Менеджмент Направленность (профиль) "Менеджмент медицинской организации"

Код и Наименование специальности/Направления подготовки/Направленность

очно-заочной формы обучения.

очной/ очно-заочной

Цель: Приобретение знаний маркетинговой деятельности в сфере медицинских услуг

Задачи:

➤ Развитие культуры экономического мышления

➤ Овладение понятийным аппаратом дисциплины, основными теоретическими положениями маркетинговой деятельности в сфере медицинских услуг

➤ Развитие способности умелого использования полученных знаний

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, закрепленные за дисциплиной (модулем).

Код	Содержание компетенции
ПК-5	владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде
ПК-3	способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач

Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) выражаются в знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности и характеризуют этапы формирования компетенций и обеспечивают достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

Формирование компетенций включает в себя следующие результаты обучения по дисциплине (модулю).

Код компетенции	Результаты обучения
ПК-5	Знать: -основные понятия и сущность маркетинга медицинских услуг, основы стратегического анализа рынков.
ПК-3	Знать: - экономические основы поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли. - принципы реализации управленческих решений.

3. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля)

➤ Маркетинг медицинских услуг

Наименование дисциплины и Модуля (при наличии)

составляет 5 зачетных единиц 180 академических часов

Организационная форма учебной работы	Трудоемкость				
	зач. ед.	академ. час.	по семестрам (академ. час.)		
			2		
Общая трудоемкость дисциплины (модуля)	5	180	180		
Контактная работа обучающихся с преподавателем		48	48		

➤ Аудиторная работа			48	48			
–занятия лекционного типа			12	12			
–занятия семинарского типа			36	36			
➤ Внеаудиторная работа			0	0			
Самостоятельная работа			105	105			
Промежуточная аттестация:	Экзамен		27	27			

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Содержание дисциплины (модуля) структурировано по разделам. Трудоемкость раздела дисциплины (модуля) разбивается по видам учебных занятий с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий и отражается в тематическом плане.

В тематическом плане указывается распределение часов по разделам дисциплины (модуля) в зависимости от видов учебных занятий.

Структура дисциплины (модуля) в академических часах.

№ п/п	Раздел дисциплины (модуля)	Семестр	Общая трудоемкость	из них:							Самостоятельная работа
				Контактная работа обучающихся с преподавателем						В/а ¹	
				Аудиторная работа							
				Лекции	Семинары	ПЗ ²	Практикум	ЛР ³	Коллоквиум		
1.	Основы маркетинга медицинских услуг	2	74	6	18	-	-	-	-	-	50
2.	Стратегии и методы маркетинга медицинских услуг.	2	79	6	18	-	-	-	-	-	55

При изучении дисциплины (модуля) предусматривается применение инновационных форм учебных занятий, развивающих у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские качества.

Интерактивные формы проведения учебных занятий

№ п/п	Раздел /тема дисциплины (модуля)	Вид занятия	Используемые интерактивные формы проведения занятий
1.	Основы маркетинга медицинских услуг	Лекция	Визуализированная лекция
2.	Стратегии и методы маркетинга медицинских услуг	Лекция	Визуализированная лекция

Содержание дисциплины (модуля), структурированное по разделам, включает название разделов и тематическое содержание теоретического курса занятий лекционного типа и практического курса занятий семинарского типа.

Тематический план занятий лекционного типа

№ п/п	Раздел дисциплины (модуля)	Тема лекции и ее содержание

¹ Внеаудиторная работа

² Практические занятия

³ Лабораторные работы

1.	Основы маркетинга медицинских услуг	<p>Лекция 1. Медицинская услуга как рыночный продукт. Сущность маркетинга медицинских услуг. Особенности современного российского рынка медицинских услуг</p> <p>Лекция 2. Маркетинговые исследования рынка медицинских услуг. Маркетинговая информационная система. Методология плана маркетингового исследования. Стратегии сегментации и позиционирование на рынке медицинских услуг.</p> <p>Лекция 3. Особенности комплекса маркетинга медицинской организации. Анализ моделей комплекса маркетинга. Модели покупательского поведения. Факторы, влияющие на поведение покупателей медицинских услуг.</p>
2.	Стратегии и методы маркетинга медицинских услуг	<p>Лекция 4. Особенности организации службы маркетинга в медицинских организациях. Маркетинговые стратегии предприятия (фирмы) на разных стадиях ЖЦГ.</p> <p>Лекция 5. Базовые маркетинговые стратегии на рынке медицинских услуг и их реализация. Маркетинговый план организации. Диагностика конкурентной среды в системе маркетинга.</p> <p>Лекция 6. Современные проблемы маркетинга на рынке медицинских услуг. Маркетинг менеджмент в сфере медицинских услуг. Эффективность маркетинговых решений на виртуальных рынках.</p>

Содержание разделов дисциплины (модуля)

№ п/п	Раздел дисциплины (модуля)	Содержание раздела дисциплины (модуля) структурированное по темам
1.	Основы маркетинга медицинских услуг.	<p>Тема 1. Медицинская услуга как рыночный продукт. Особенности маркетинга на рынке медицинских услуг. Сущность маркетинга медицинских услуг. Состояние и перспективы развития маркетинга в сфере услуг. Цели и принципы маркетинга, их взаимосвязь с целями и функциями предприятия как субъекта маркетинговой деятельности. Предмет исследования маркетинга. Системный подход как методологическая основа маркетинга. Особенности современного российского рынка медицинских услуг</p> <p>Тема 2. Маркетинговые исследования рынка медицинских услуг. Сущность и значение маркетинговых исследований на рынке услуг. Принципы исследований в маркетинге (системность, систематичность, объективность, тщательность, точность). Категории и методы маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система, ее элементы, организация управления. Информационные маркетинговые системы. Методология плана маркетингового исследования. Стратегии сегментации. Позиционирование на рынке медицинских услуг.</p> <p>Тема 3. Особенности комплекса маркетинга медицинской организации. Анализ моделей комплекса маркетинга. Особенности оценки эффективности комплекса маркетинга. Модели покупательского поведения. Процесс принятия решения о покупке: осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решения о покупке, реакция на покупку. Факторы, влияющие на поведение покупателей медицинских услуг.</p>
2.	Стратегии и методы маркетинга	<p>Тема 4. Организация маркетинговой деятельности медицинской организации</p> <p>Особенности организации службы маркетинга в медицинских</p>

медицинских услуг.	<p>организациях. Маркетинговые стратегии предприятия (фирмы) на разных стадиях ЖЦТ.</p> <p>Тема 5. Базовые маркетинговые стратегии на рынке медицинских услуг и их реализация.</p> <p>Виды стратегий и условия их применения. Содержание и особенности ценовых стратегий, используемых маркетингом. Маркетинговый план организации. Диагностика конкурентной среды в системе маркетинга.</p> <p>Тема 6. Современные проблемы маркетинга на рынке медицинских услуг.</p> <p>Маркетинг менеджмент в сфере медицинских услуг. Эффективность маркетинговых решений на виртуальных рынках. Маркетинг взаимодействия: интеграция и координация в маркетинге медицинских услуг.</p>
--------------------	--

5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся содержит несколько видов изучения учебного материала.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся содержит несколько видов изучения учебного материала.

Виды самостоятельной внеаудиторной работы обучающихся:

➤ Выполнение домашних заданий. Работа с лекционным материалом. Подготовка к семинарским занятиям. Работа с раздаточным материалом в электронном виде

➤ Работа с электронными образовательными ресурсами. Поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблематике

Вид самостоятельной работы

5.1. Задания на самостоятельную работу

Формы организации самостоятельной работы обучающихся включают темы, выносимые для самостоятельного изучения; вопросы для самоконтроля; типовые задания для самопроверки и другое.

Фонд оценочных средств для проведения контроля качества выполненной самостоятельной работы по дисциплине (модулю) представлен в Приложении к данной программе дисциплины (модуля). Выполнения контрольных заданий и иных материалов проводится в соответствии с календарным графиком учебного процесса.

5.1.1. Задания на самостоятельную работу по разделу 1

Цель задания:	Изучение теоретических основ маркетинга медицинских услуг
Содержание работы обучающегося:	Работа с рекомендованной основной и дополнительной литературой; с электронными учебниками и учебными пособиями
Код формируемой компетенции	Выполнение тестовых заданий
Код формируемой компетенции	ПК-3, ПК-5
Задания для самостоятельной работы:	Задания в тестовой форме
Форма контроля	Тестирование
Источники:	Рекомендованная основная и дополнительная литература; Интернет-ресурсы, информационно-справочные системы

5.1.2. Задания на самостоятельную работу по разделу 2

Цель задания:	Изучение стратегий и методов маркетинга медицинских услуг.
Содержание работы	Работа с рекомендованной основной и дополнительной литературой; с электронными учебниками и учебными пособиями

обучающегося:	Выполнение тестовых заданий
Код формируемой компетенции	ПК-3, ПК-5
Задания для самостоятельной работы:	Задания в тестовой форме
Форма контроля	Тестирование
Источники:	Рекомендованная основная и дополнительная литература; Интернет-ресурсы, информационно-справочные системы

5.2. Методические указания для обучающихся по подготовке к самостоятельной работе

Учебно-методические материалы помогают обучающемуся организовать самостоятельное изучение тем (вопросов) дисциплины (модуля). Для организации самостоятельной работы созданы следующие условия:

- наличие и доступность необходимого учебно-методического и справочного материала;
- система регулярного контроля качества выполненной самостоятельной работы;
- консультационная помощь преподавателя.

Методически самостоятельная работа обучающихся обеспечена:

- графиками самостоятельной работы, содержащими перечень форм и видов аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся, цели и задачи каждого из них, сроки выполнения и формы контроля над ней
- методическими указаниями для обучающихся по самостоятельной работе, содержащие целевую установку и мотивационную характеристику изучаемых тем, структурно-логическими и графологическими схемами по изучаемым темам, списками основной и дополнительной литературы для изучения всех тем дисциплины (модуля), теоретическими вопросами и вопросами для самоподготовки.

5.3. Оценка самостоятельной работы обучающихся

Контроль самостоятельной работы – вид контактной внеаудиторной работы обучающихся по образовательной программе. Контроль самостоятельной работы осуществляется преподавателем, ведущим занятия семинарского типа.

Форма контроля	Оценка	Критерии оценки
Тестирование	Зачтено/не зачтено	«Зачтено» уровень освоения учебного материала позволяет обучающемуся давать верные ответы на 50% и более тестовых заданий в тесте. «Не зачтено» в тесте более 50% ответов не верных.

6. Фонд оценочных средств дисциплины (модуля) для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Контрольные задания или иные оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) представлены в виде фонда оценочных средств.

Паспорт фонда оценочных средств дисциплины (модуля) для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) включает перечень компетенций с указанием этапов их формирования; описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания; контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы; методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) представлен в Приложении к данной программе дисциплины (модуля).

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) включает следующие оценочные средства:

Задания в тестовой форме

Контрольные задания

6.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций

1. Маркетинг медицинских услуг предусматривает следующие виды деятельности: (ПК-3)

- А) разработка медицинской услуги
- Б) обследование пациента
- В) продвижение медицинской услуги на рынке медицинских услуг*
- Г) установление оптимального качества медицинской услуги при оптимальной цене
- Д) лечение пациента в стационаре

2. Внутренними источниками информации при маркетинговых исследованиях ЛПУ являются:

(ПК-3)

- А) статистическая отчетность ЛПУ*
- Б) справочная литература
- В) нормативная документация
- Г) профессиональные журналы
- Д) официальные публикации Госкомстата

3. Услуги в области здравоохранения классифицируют в соответствии с: (ПК-7)

- А) К - ОКП;
- Б) МКБ-10;
- В) ОКДП*
- Г) А – ОКП;
- Д) приказами Министерства.

Вопрос

Структура рынка услуг. (ПК-3, ПК-7)

Ответ: В рамках сферы услуг объединяется широкий круг видов хозяйственной деятельности, направленной на удовлетворение личных потребностей населения и нужд производства, а также потребностей общества в целом. До относительно недавнего времени услуги почти не выделялись в самостоятельный предмет для экономического анализа. Но сегодня в развитых странах на услуги приходится свыше 2/3 ВВП. Прежде всего, требует уточнения понятие "услуги".

6.2. Порядок проведения, критерии и шкала оценивания промежуточной аттестации

Порядок проведения промежуточной аттестации: тестирование и собеседование

Оценивание обучающегося на тестировании

Обучающимся предоставляются 2 варианта тестов по 20 тестовых заданий в каждом.

Обучающийся должен дать 70% правильных ответов в тесте.

Оценка обучающегося на собеседовании

Оценка	Критерии оценки
Отлично	выставляется обучающемуся, владеющему понятиями маркетинга медицинских услуг, основами стратегического анализа рынков, экономическими основами поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли.
Хорошо	выставляется обучающемуся, владеющему основными понятиями маркетинга медицинских услуг, основами стратегического анализа рынков, экономическими основами поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли

Удовлетворительно	выставляется обучающемуся, владеющему основными понятиями маркетинга медицинских услуг, основами стратегического анализа рынков
Неудовлетворительно	выставляется обучающемуся, показавшему поверхностные знания основ маркетинга медицинских услуг, что не позволяет ему применять приобретенные знания даже по образцу в стандартной ситуации

7. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины (модуля)

Список основной литературы.

➤
➤
➤
➤
➤

Наименование

Список дополнительной литературы.

➤
➤
➤
➤
➤

Наименование

Ресурсы сети Интернет.

Наименование ресурса	Адрес сайта
Официальный сайт Правительства РФ	http://government.ru
Официальный сайт Министерства здравоохранения РФ	http://rosminzdrav.ru
Официальный сайт Министерства финансов РФ	http://minfin.ru
Официальный сайт Министерства экономического развития РФ	http://economy.gov.ru
Административно-управленческий портал	http://aup.ru
Каталог экономических сайтов	http://globfin.ru

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

При изучении дисциплины (модуля) обучающиеся могут использовать материалы лекции, учебника и учебно-методической литературы, Интернет-ресурсы.

Особое внимание при подготовке необходимо уделить первому практическому занятию, где закладываются основные принципы и методы освоения дисциплины (модуля), требования, предъявляемые к ним, порядок проведения занятий, критерии оценки их успеваемости.

Организация и методика проведения занятий постоянно совершенствуется с учетом новых достижений в здравоохранении, возрастающих требований и интенсификации учебно-воспитательного процесса.

На каждом практическом занятии обучающиеся получают задания. Преподаватель объясняет ход выполнения заданий самостоятельной работы.

Преподаватель может использовать интерактивные формы проведения занятий и педагогические приемы, способствующие освоению различных компетенций обучающихся.

Для максимального усвоения учебного материала проводятся письменные контрольные задания по материалам лекций и практических работ. Контрольные задания ориентированы на оценку сформированности компетенций, и мотивируют обучающихся к активной работе на занятиях лекционного и семинарского типа.

Дисциплина (модуль) является практикоориентированной.

Для развития навыков решения проблемных вопросов обучающиеся используют ситуационные задачи, типичные для будущей профессиональной деятельности. Критерии оценки определяются исходя из фонда оценочных средств дисциплины (модуля).

9. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включает перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).

Информационные технологии, используемые в учебном процессе:

Визуализированные лекции и различные средства мультимедиа в образовательном процессе

➤ Предоставление лекций в электронном виде

Для повышения качества подготовки и оценки полученных компетенций часть занятий проводится с использованием программного обеспечения:

Средства Windows, Microsoft Office, ABBYY PDF, Excel, PowerPoint

Программы оболочки компьютерного тестирования

Информационные справочные системы

Банк тестового контроля

Электронная библиотека

Электронные справочные ресурсы (энциклопедии, научно-практические журналы, базы данных и пр.) в сети «Internet»

1.

10. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

При реализации образовательной программы для изучения дисциплины (модуля)

Маркетинг медицинских услуг

Наименование дисциплины и Модуля (при наличии)

используются следующие компоненты материально-технической базы: аудиторный фонд, материально-технический фонд, библиотечный фонд.

10.1. Аудиторный фонд

Аудиторный фонд для проведения аудиторных занятий включает специальные помещения:

учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа

учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа

учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций

учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

Аудиторный фонд также включает специальные помещения:

помещения для самостоятельной работы

помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Назначение помещений

Перечень помещений, необходимых для проведения аудиторных занятий

➤ 105064, г. Москва, Воронцово Поле д.12, стр. 1

Местонахождения аудиторного фонда

10.2. Материально-технический фонд

Специальные помещения укомплектованы:

специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории

Материально-техническое обеспечение

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются:

презентации лекционного материала, обеспечивающие тематические иллюстрации

Материально-техническое обеспечение

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены:

➤ компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и

обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации

Конкретные требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению включают в себя следующее.

Таблица 1. Перечень материально-технического обеспечения дисциплины (модуля).

№ п/п	Наименование темы занятия	Оборудование
1.	Основы маркетинга медицинских услуг	Мультимедийный комплекс: Компьютер с программным обеспечением (MicrosoftWindowsXP, пакет MSOffice 2003, AdobeAcrobatProfessional, GoogleChrome, Skype, MozillaFirefox, AdobeFlashPlayer, .NETFramework 4.5.1, ABBYYFineReader 9.0), Проектор Acer, ПК, видео- и DVD проигрыватели, мониторы, наборы слайдов, таблиц/мультимедийных наглядных материалов
2.	Стратегии и методы маркетинга медицинских услуг.	Мультимедийный комплекс: Компьютер с программным обеспечением (MicrosoftWindowsXP, пакет MSOffice 2003, AdobeAcrobatProfessional, GoogleChrome, Skype, MozillaFirefox, AdobeFlashPlayer, .NETFramework 4.5.1, ABBYYFineReader 9.0), Проектор Acer, ПК, видео- и DVD проигрыватели, мониторы, наборы слайдов, таблиц/мультимедийных наглядных материалов

10.3. Библиотечный фонд

Комплектность библиотечного фонда

➤ Основная и дополнительная литература, Интернет-ресурсы, Методическая литература для обучающихся и преподавателей

Состав библиотечного фонда