

Бюджетное учреждение высшего образования
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

_____ Е.В. Коновалова

15 июня 2023 г., протокол УМС №5

Маркетинг в здравоохранении рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Патофизиологии и общей патологии**

Учебный план о310871-ОргЗдравоохран-23-1.plx
31.08.71 Организация здравоохранения и общественное здоровье

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108

в том числе:

аудиторные занятия 58

самостоятельная работа 50

Виды контроля в семестрах:

зачеты 1

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
	уп	рп	уп	рп
Неделя	16 2/6			
Лекции	4	4	4	4
Практические	54	54	54	54
Итого ауд.	58	58	58	58
Контактная работа	58	58	58	58
Сам. работа	50	50	50	50
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

к.м.н., доцент, Тюрина И.А.

Рабочая программа дисциплины

Маркетинг в здравоохранении

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - по специальности 31.08.71 Организация здравоохранения и общественное здоровье (приказ Минобрнауки России от 02.02.2022 г. № 97)

составлена на основании учебного плана:

31.08.71 Организация здравоохранения и общественное здоровье

утвержденного учебно-методическим советом вуза от 15.06.2023 протокол № 5.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Патофизиологии и общей патологии

Зав. кафедрой д.м.н. профессор Коваленко Людмила Васильевна

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью настоящего курса является подготовка клинических ординаторов в области организации здравоохранения и общественного здоровья, способных формировать системные представления о целях и задачах, связанных с реализацией маркетинговой концепции на организациях здравоохранения.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.01
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Б1.В.ДВ.01.02 – вариативные дисциплины
2.1.2	Дисциплина «Маркетинг в здравоохранении» представляет собой дисциплину послевузовского профессионального образования. Дисциплина базируется на знаниях и умениях, полученных в высшем образовательном медицинском и предусматривает преемственность и интеграцию ее преподавания не только с другими дисциплинами, относящимися к административно-управленческому направлению (медицинское право, медицинская информатика, экономика здравоохранения и др.), но и с клиническими и гигиеническими дисциплинами. «Организация здравоохранения и общественное здоровье» по сути, является интегрирующей медико-социальной наукой, поэтому ее изучение тесно связано с профессиональной подготовкой врача.
2.1.3	Медицинское законодательство и право
2.1.4	Общественное здоровье и здравоохранение
2.1.5	Оценка состояния здоровья населения
2.1.6	Оценка деятельности организаций здравоохранения
2.1.7	Оценка состояния здоровья населения
2.1.8	Оценка деятельности организаций здравоохранения
2.1.9	Оценка состояния здоровья населения
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Организация здравоохранения и общественное здоровье

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ПК-1.1: Организация деятельности структурного под-разделения медицинской организации****ПК-1.2: Планирование деятельности структурного под-разделения медицинской организации****ПК-2.1: Анализ и оценка показателей деятельности медицинской организации****ПК-2.3: Взаимодействие с руководством медицинской организации и структурными подразделениями медицинской организации****ПК-2.5: Разработка и внедрение системы менеджмента качества в медицинской организации****В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

3.1	Знать:
3.1.1	Основы экономики, маркетинга, планирования и финансирования учреждений здравоохранения, органов и организаций Роспотребнадзора, менеджмента, инновационных процессов в здравоохранении, правовых и этических аспектов медицинской деятельности и деятельности по надзору в области защиты прав потребителей и благополучия человека.

3.2	Уметь:
3.2.1	Проводить анализ рынка медицинских, фармацевтических услуг, выбор целевого сегмента на рынке, определять основные направления маркетинговой активности медицинской и фармацевтической организации (учреждения).
3.3	Владеть:
3.3.1	навыками экономического анализа, маркетинга и менеджмента в условиях бюджетно-страховой медицины

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Медицинский маркетинг					
1.1	Определение маркетинга. Нужда, потребность, товар, запрос, обмен сделка /Лек/	1	2	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.3 ПК-2.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3	
1.2	Основные предпосылки маркетинга медицинских услуг /Лек/	1	2	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.3 ПК-2.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3	
1.3	Цель маркетинга. Принципы маркетинга. Основные задачи маркетинга. /Пр/	1	8	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.3 ПК-2.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3	
1.4	Изменение методов финансирования ЛПУ; развитие коммерческих медицинских учреждений; обострение конкуренции; снижение качества медицинского обслуживания; рост издержек производства и услуг, увеличение затрат. Маркетинг организаций /Пр/	1	6	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.3 ПК-2.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1 Э2 Э3	
1.5	Рынок медицинских услуг. Характеристика рынка медицинских услуг. Потребитель. Покупатель. Продавец. Параметры рынка. Классификация видов спроса на медицинские услуги. /Пр/	1	8	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.3 ПК-2.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3	
1.6	Подготовка к практическим занятиям. Решение ситуационных задач, тесты /Ср/	1	18	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.3 ПК-2.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3	
	Раздел 2. Управление маркетингом					
2.1	Управление маркетингом. Управляющий по маркетингу. Концепция маркетинга. Концепция социально-этического маркетинга, его задачи. Этапы управления маркетингом /Пр/	1	8	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.3 ПК-2.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3	
2.2	Анализ рыночных возможностей Система маркетинговых исследований. Этапы маркетинговых исследований. Достоинства и недостатки первичных данных. Классификация источников вторичной информации. План сбора информации /Пр/	1	6	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.3 ПК-2.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3	
2.3	Маркетинговая среда. Макро среда. Микросреда. Анализ маркетинговой среды. Демографическая среда. /Пр/	1	6	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.3 ПК-2.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3	

2.4	Разработка комплекса маркетинга. Разработка медицинской продукции и услуг Установление цен на медицинские услуги /Пр/	1	6	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.3 ПК-2.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3	
2.5	Методы распространения медицинских услуг Стимулирование сбыта медицинской продукции и услуг /Пр/	1	6	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.3 ПК-2.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3	
2.6	Подготовка к практическим занятиям Рефераты, тесты, решение ситуационных задач /Ср/	1	30	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.3 ПК-2.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3	
2.7	/Контр.раб./	1	2	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.3 ПК-2.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3	
2.8	/Зачёт/	1	0	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.1 ПК-2.3 ПК-2.5	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Э1 Э2 Э3	

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

5.1. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации

Представлены отдельным документом

5.2. Оценочные материалы для диагностического тестирования

Представлены отдельным документом

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Кумар Н.	Маркетинг как стратегия: роль генерального директора в интенсивном развитии компании и внедрении инноваций	М.: Претекст, 2008	2
Л1.2	Лисицын Ю.П., Улумбекова Г.Э.	Общественное здоровье и здравоохранение: Рекомендовано ГОУ ВПО "Московская медицинская академия имени И.М. Сеченова" в качестве учебника для студентов учреждений высшего профессионального образования, обучающихся по специальностям 060101.65 "Лечебное дело" и 060103.65 "Педиатрия" дисциплины "Общественное здоровье и здравоохранение, экономика здравоохранения".	Moscow: ГЭОТАР-Медиа, 2013, http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970426548.html	1
Л1.3	Щепин О.П., Медик В.А.	Общественное здоровье и здравоохранение: Гриф Минобрнауки России. Рекомендовано ГОУ ВПО "Московская медицинская академия имени И.М. Сеченова" в качестве учебника для системы послевузовского образования врачей по специальности "Общественное здравоохранение и здоровье".	Moscow: ГЭОТАР-Медиа, 2012, http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970422168.html	1
Л1.4	Липсиц И.В.	Основы экономики: Гриф Минобрнауки России. Рекомендовано Федеральным государственным учреждением "Федеральный институт развития образования" в качестве учебника для использования в учебном процессе образовательных учреждений, реализующих программы среднего профессионального образования.	Moscow: ГЭОТАР-Медиа, 2013, http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970424124.html	1

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Маслова Т. Д., Божук С. Г., Ковалик Л. Н.	Маркетинг: учебник для студентов	СПб. [и др.]: Питер, 2005	5
Л2.2	Камынина Н. Н., Островская И. В., Пьяных А. В.	Менеджмент и лидерство: учебник для студентов учреждений высшего профессионального образования, обучающихся по дисциплине "Менеджмент и лидерство" по специальности 060109.65 "Сестринское дело"	М.: ГЭОТАР-Медиа, 2009	1
Л2.3	Зуб А. Т., Панина Е. М.	Антикризисное управление организацией: Учебное пособие	Москва: Издательский Дом "ФОРУМ", 2013, http://znanium.com/go.php?id=366791	1
Л2.4	Медик В.А., Лисицин В.И.	Общественное здоровье и здравоохранение: учебник	Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2019, http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970450499.html	2

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Менеджмент и маркетинг в здравоохранении ч.1
Э2	Менеджмент и маркетинг в здравоохранении ч.2
Э3	Общественное здоровье и здравоохранение

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Операционные системы Microsoft, пакет прикладных программ Microsoft Office
---------	--

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	СПС «КонсультантПлюс» - www.consultant.ru/
6.3.2.2	СПС «Гарант» - www.garant.ru/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Аудитория № 534 оснащена:
7.2	1. Переносным проектором AcerPD526PW (1 шт.),
7.3	2. Экраном на штативе ScreenMedia 128 (1 шт.),
7.4	3. Ноутбуком FujitsuSiemensAmiloM-610 (1 шт.)
7.5	4. Столы (13 шт.)
7.6	5. Стулья (27 шт.)