

**Аннотация рабочей программы
дисциплины «Маркетинг в здравоохранении»
для студентов 3 курса, направление подготовки 060500 «Сестринское дело»
квалификация Бакалавр, форма обучения заочная**

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения учебной дисциплины «Маркетинг в здравоохранении» состоит в знакомстве студентов с содержанием маркетинга как «рыночной теории управления», функционирующей в условиях современных рыночных отношениях в разных секторах отечественного здравоохранения, а также знаний необходимых для дальнейшего освоения смежных профессиональных дисциплин.

При этом задачами дисциплины являются:

- получение теоретических **знаний** об экономических законах рыночного хозяйства организаций здравоохранения, особенностях маркетинга услуг среднего медицинского персонала, об основных методиках маркетинговых исследований и товароведческого анализа применяемые в условиях медицинской организации и сферы здравоохранения, о видах организационных структур управления маркетингом, способах продвижения медицинских товаров и услуг;

- приобретение студентами **умений** использовать в практической деятельности результаты маркетинговых исследований товаров медицинского назначения и медицинских услуг, на научной основе организовать свою работу, определять и формулировать цели и задачи, связанные с реализацией профессиональных функций, организовать работу исполнителей;

- формирование **навыков** изложения самостоятельной точки зрения, анализа и логического мышления, публичной речи, ведения дискуссий и круглых столов, разработки стратегии поведения медицинской организации на рынке товаров и услуг на основе анализа конъюнктуры рынка, изменения факторов социально-экономического и политического характера, проведения научных исследования по проблемам управления маркетинговой деятельностью медицинской организации и излагать результаты научных исследований в устной и письменной форме с использованием современных технических средств.

2. Место учебной дисциплины в структуре ООП университета:

Учебная дисциплина «Маркетинг в здравоохранении» относится к циклу профессиональных дисциплин базовой части ФГОС ВПО по специальности 060500 «Сестринское дело», квалификация Бакалавр.

Для изучения данной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами: «Теория управления», «Менеджмент в сестринском деле», «Психология».

Знания: принципов, методов, средств и форм управления медицинскими учреждениями с целью повышения эффективности отрасли здравоохранения, особенностей изучения психологии личности представителями основных психологических школ, принципов построения эффективных организационных коммуникаций, основных подходов к принятию управленческих решений, этапы процесса рационального решения, особенностей психологии межличностных отношений, психологи малых групп, основных положений для понимания общества и социальных процессов, способы и виды социальной адаптации, основных психических механизмов функционирования и развития личности в различных видах деятельности;

Умения: давать психологическую характеристику личности, выражать и обосновывать свою позицию по вопросам реализации интересов организации, использовать результаты психологического анализа личности в интересах повышения эффективности работы организации, разрабатывать управленческие решения по повышению эффективности работы организации, провести анализ проблемной ситуации, требующей управленческого решения, анализировать и совершенствовать свои коммуникационные способности, организационную культуру учреждения;

Навыки: оценивать действующие в организации коммуникативные модели, выбирать эффективные методы доведения информации до исполнителей, разрабатывать и обосновывать принятые управленческие решения, владеть основами теоретического анализа и навыками исследовательской работы вопросов формирования коммуникаций, социальной мобильности управления личностными ресурсами в различных сферах социальной жизни, практического

использования полученных психолого-педагогических знаний в различных условиях деятельности, посменно аргументировать изложение собственной точки зрения, навыки публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа логики различного рода рассуждений.

Полученные знания необходимы для изучения смежных дисциплин: менеджмент в сестринском деле, медицинское и фармацевтическое товароведение.

3. Общая трудоемкость дисциплины: 4 зачетные единицы / 144 академических часа.

4. Результаты обучения. Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих общекультурных (ОК) и профессиональных (ПК) компетенций:

№ п/п	Номер/индекс компетенции	Способы реализации и их наименование	Результаты освоения компетенции (знать, уметь, владеть)		
			Знать	Уметь	Владеть
1	ОК-1	Тестирование, устный опрос, решение ситуационных задач.	концепции маркетинга как «рыночной теории управления», в условиях современных рыночных отношениях в разных секторах отечественного здравоохранения; сущность рынка, его виды, структура, функции, экономические законы рыночного хозяйства организаций здравоохранения.	определить эффективность применения маркетинговой концепции медицинской организации.	изложением самостоятельной точки зрения, анализа и логического мышления, публичной речи, ведения дискуссий и круглых столов.
2	ОК-2	Тестирование, устный опрос, решение ситуационных задач.	концепции маркетинга как «рыночной теории управления», в условиях современных рыночных отношениях в разных секторах отечественного здравоохранения;	определить эффективность применения маркетинговой концепции медицинской организации; описать жизненный цикл товара.	изложением самостоятельной точки зрения, анализа и логического мышления, публичной речи, ведения дискуссий и круглых столов.
3	ОК-5	Тестирование, устный опрос, решение ситуационных задач.	виды организационных структур управления маркетингом, их преимущества и недостатки, задачи создания маркетинговой службы в современном ЛПУ; нормативное обеспечение и	составить и описать организационную структуру управления маркетингом для ЛПУ различного профиля; оценить эффективности рекламной кампании, составить текст рекламного объявления.	проектированием структуры маркетинговой службы медицинской организации.

			организация рекламной деятельности медицинской организации.		
4	ОК-12	Тестирование, устный опрос, решение ситуационных задач.	понятие маркетинговой информационной системы, источники маркетинговой информации и требования к ней	использовать в практической деятельности результаты маркетинговых исследований товаров медицинского назначения и медицинских услуг; определить целевой рынок применительно к охране и восстановлению здоровья населения как потребителя медицинских услуг	выбором эффективного метода доведения информации до потребителей
5	ПК-11	Тестирование, устный опрос, решение ситуационных задач.	особенности маркетинга услуг среднего медицинского персонала; методы ценообразования, внутренние и внешние факторы, определяющие цену медицинского товара или услуги	определить и анализировать эластичность спроса и предложения на медицинские товары и услуги; рассчитать цену на детальную медицинскую услугу	разработкой стратегии поведения медицинской организации на рынке товаров и услуг на основе анализа конъюнктуры рынка, изменения факторов социально-экономического и политического характера
6	ПК-17	Тестирование, устный опрос, решение ситуационных задач.	сущность товарной политики, методы позиционирования медицинских товаров и услуг; задачи планирования маркетинговой деятельности в ЛПУ; особенность конкурентной политики в здравоохранении	формировать бизнес-план медицинской организации; анализировать конкурентоспособность медицинской организации; анализировать рынок и маркетинговые среды в здравоохранении	составлением маркетинговой части бизнес-плана для медицинского учреждения; проведением социологического исследования мнения потребителя о медицинских услугах
7	ПК-18	Тестирование, устный опрос, решение ситуационных задач.	основные методики маркетинговых исследований и товароведческого анализа применяемые в условиях медицинской	организовать процесс проведения социологического исследования мнения потребителя о медицинских услугах; на научной основе организовать	проведением научных исследований по проблемам управления маркетинговой деятельностью медицинской

			организации и сферы здравоохранения	свою работу, определять и формулировать цели и задачи, связанные с реализацией профессиональных функций, организовать работу исполнителей	организации и излагать результаты научных исследований в устной и письменной форме с использованием современных технических средств
--	--	--	-------------------------------------	---	---

5. Образовательные технологии

Используемые образовательные технологии при изучении данной дисциплины 8,3% (60 мин.) интерактивных занятий от объема аудиторных занятий (12 часов).

Примеры интерактивных форм и методов проведения занятий – решение ситуационных задач.

6. Форма аттестации – экзамен.

Зав. кафедрой экономики и управления здравоохранением и фармацией, д.м.н., профессор



И.Г. Новокрещенова

Исполнитель:
ассистент кафедры экономики и управления здравоохранением и фармацией



В.В. Чунакова