

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины

«Основы социального маркетинга»

Специальность	«32.04.01 Общественное здравоохранение»
Форма промежуточной аттестации (зачет/экзамен)	зачет
Количество зачетных единиц	2
Количество часов всего, из них:	72
лекционные	8
практические	8
СРС	50

1. Цель изучения дисциплины:

изучение концептуальных основ и технологий маркетинговой деятельности в социальной сфере, принципов социальной ответственности и компетентности, методов социального партнерства, направленных на обеспечение устойчивого функционирования и развития медицинской организации в конкурентной среде на основе гармонизации интересов пациентов (потребителей) и других участников рынка.

2. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки (специальности):

общепрофессиональные ОПК-4, ОПК-5

профессиональные: ПК-4, ПК-5

3. Краткое содержание дисциплины

Раздел 1. Маркетинг как вид управленческой деятельности. Общее понятие маркетинга. Сущность и виды социального маркетинга. Маркетинговые исследования в социальной сфере. Концепции маркетинговых стратегий.

Раздел 2. Социальная сфера как объект маркетинговой деятельности. Структура, показатели и модели функционирования отраслей социальной сферы. Комплекс маркетинга для сферы услуг. Концептуальные основы маркетинга социальной сферы. Маркетинговое управление в социальной сфере.

Раздел 3. Маркетинг в сфере образования. Потребители образовательных услуг. Стратегическое планирование маркетинговой деятельности в образовательных организациях. Продвижение образовательных услуг.

Раздел 4. Маркетинг в сфере здравоохранения. Медицинские услуги: виды и особенности. Маркетинговые стратегии учреждений здравоохранения. Маркетинговые коммуникации медицинских и фармацевтических организаций. Маркетинг лекарственных препаратов. Медицинские услуги как предмет маркетинга. Конкуренция на рынке медицинских услуг.