

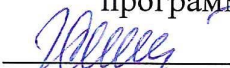
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОСТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
МИНИСТЕРСТВА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

ПЕДИАТРИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель образовательной

программы

 / Стагниева И.В./

« 31 » августа 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ

Специальность **31.05.02 Педиатрия**

Форма обучения – очная

**Ростов-на-Дону
2023**

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения курса маркетинг в здравоохранении состоит в формировании у студентов углубленных профессиональных знаний маркетинговых технологий в области экономики и управления здравоохранением как одной из отраслей народного хозяйства.

Задачи: приобретение теоретических знаний о той сфере производственных отношений, которые возникают в процессе изучения запросов пациентов, в процессе производства и потребления медицинской услуги, в процессе после сервисного обслуживания населения; формирование умения анализировать конкретные рынки в сфере здравоохранения и их сегменты с точки зрения состояния спроса и видов маркетинга; приобретение навыков маркетинговых подходов, маркетингового видения для решения проблем в экономике здравоохранения.

II. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данной специальности:

а) общекультурных (ОК):

ОК-1;

б) общепрофессиональные компетенции (ОПК):

ОПК-1;

III. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

2.1. Учебная дисциплина является базовой дисциплиной.

2.2 Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные следующими предшествующими дисциплинами:

математика, философия, социология и политология.

2.3 Курс маркетинг в здравоохранении создает предпосылки формирования указанных компетенций дисциплинами:

медицинская информатика и статистика, основы менеджмента.

IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины в зет 3 час 108

4.1. Разделы дисциплины, изучаемые во 4-м семестре (семестрах)

№ раздел а	Наименование раздела	Количество часов				
		Всего	Контактная работа			СРС
			Л	С	ПР	
Семестр						

I	Основы маркетинга в здравоохранении	36	4	12			16
II	Рынок медицинских услуг	36	6	16			16
III	Основные направления маркетинговой деятельности	36	6	20			12
	<i>Итого:</i>	108	16	48			44

4.2. Контактная работа

Лекции

№ раздела	№ лекции	Темы лекций	Кол-во часов
Семестр 4			
I	1	Понятие и основы маркетинга в здравоохранении	4
II	2	Рынок медицинских услуг как объект маркетинга и ценовая политика	2
	3	Сегментация рынка медицинских услуг	4
III	4	Маркетинговая среда и маркетинговые исследования медицинского учреждения	2
	5	Товарная и ценовая политика в системе здравоохранения	2
	6	Система продвижения, реклама и бюджет маркетинга в здравоохранении	2
		<i>Итого:</i>	16

Семинары, практические работы

№ раздела	№ семинара	Семинары	Кол-во часов	Формы текущего контроля
Семестр 4				
I	1	Понятие и основы маркетинга в здравоохранении	12	Письменная тестовая работа, Устный опрос, решение ситуационных задач

II	2	Рынок медицинских услуг как объект маркетинга и ценовая политика	8	Устный опрос, решение ситуационных задач
	3	Сегментация рынка медицинских услуг	8	Устный опрос, решение ситуационных задач
III	4	Маркетинговая среда и маркетинговые исследования медицинского учреждения	8	Устный опрос, решение ситуационных задач
	5	Товарная политика и способы сбыта в системе здравоохранения	6	Устный опрос, решение ситуационных задач
	6	Система продвижения, реклама и бюджет маркетинга в здравоохранении	6	Устный опрос, решение ситуационных задач
		<i>Итого:</i>	48	

4.3. Самостоятельная работа обучающихся

№ раздела	Вид самостоятельной работы обучающихся	Кол-во часов	Формы текущего контроля
Семестр 4			
I	Т.1 Понятие и основы маркетинга в здравоохранении	16	Собеседование; Тестовая работа; Презентация
II	Т.2. Рынок медицинских услуг как объект маркетинга и ценовая политика Т.3. Сегментация рынка медицинских услуг	16	Собеседование; Тестовая работа; Презентация
III	Т.4. Маркетинговая среда и маркетинговые исследования медицинского учреждения Т.5. Товарная политика и способы сбыта в системе здравоохранения Т.6. Система продвижения, реклама и бюджет маркетинга в здравоохранении	12	Собеседование; Тестовая работа; Презентация
	<i>Итого:</i>	44	

V. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Фонд оценочных средств для определения уровня сформированности компетенций в результате освоения дисциплины является приложением к рабочей программе.

VI. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Основная литература.

1. Зенина Л.А. Экономика и управление в здравоохранении: учебник / Л.А. Зенина, М.В. Шешунов, О.В. Чертухина.- 4-е изд., стер.- М.: Академия, 2014.-208с.

6.2. Дополнительная литература.

1. Шемятихина Л.Ю. Маркетинг для бакалавров менеджмента и экономики: учеб. пособие/ Л.Ю. Шемятихина, Е.Е. Лагутина – Ростов н/Д: Феникс, 2015. – 334с.

2. Медик В.А. Общественное здоровье и здравоохранение: учебник для студентов / В.А. Медик – М: ГЭОТАР – Медиа, 2015. – 287с.

3. Петрова Н.Г. Основы медицинского менеджмента и маркетинга: учеб. пособие: / Н.Г. Петрова, И.В. Додонова, С.Г. Погосян – СПб: ФОЛИАНТ, 2013. – 350с.

4. Общественное здоровье и здравоохранение Часть 2: учебник в 2-х частях / Элланский Ю.Г., Быковская Т.Ю., Пакус И.А. [и др.] - Ростов н/Д: РГЭУ (РИНХ), 2016. – 383с.

5. Управление и экономика здравоохранения: учеб. пособие для вузов для системы послевузовского профессионального образования врачей : / А.И. Вялков, В.З. Кучеренко, Б.А. Райсберг [и др.]; под ред. А.И. Вялкова. – 3-е изд., доп. – М: ГЭОТАР – Медиа, 2009. – 658с.

6. Маркетинговые исследования в здравоохранении: учеб. пособие для студентов факультета ВСО дневного, вечернего и заочного отделений / под ред. О.А. Васнецовой – М: Авторская академия, 2008. – 209с.

7. Вардомацкая Л.П. Экономическая теория и практика: учебное пособие: / Л.П. Вардомацкая, М.А. Василенко, С.С. Колесникова; - изд. 2-е испр. и доп. - Ростов н/Д: Изд-во РостГМУ 2016, - 337с.

6.3. Интернет-ресурсы

	ЭЛЕКТОРОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ	Доступ к ресурсу
1.	Электронная учебная библиотека РостГМУ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://80.80.101.225/opacg	Доступ неограничен
2.	Консультант студента [Электронный ресурс]: ЭБС. – М.: ООО «ИПУЗ». - Режим доступа: http://www.studmedlib.ru	Доступ неограничен
3.	Консультант врача. Электронная медицинская библиотека [Электронный ресурс]: ЭБС. – М.: ООО ГК «ГЭОТАР». - Режим доступа: http://www.rosmedlib.ru	Доступ неограничен
4.	Единое окно доступа к информационным ресурсам [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://window.edu.ru/ [12.02.2018].	Открытый доступ
5.	Российское образование. Федеральный образовательный портал [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.edu.ru/index.php [22.02.2018].	Открытый доступ
6.	АКАДЕМИК. Словари онлайн [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://dic.academic.ru/ [22.02.2018].	Открытый доступ
7.	WordReference.com [Электронный ресурс]: онлайн-словари языковых словари. - Режим доступа: http://www.wordreference.com/enru/ [22.02.2018].	Открытый доступ
8.	История.РФ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://histrf.ru/ [22.02.2018].	Открытый Доступ
9.	Справочная правовая система « Консультант Плюс » [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.consultant.ru	Доступ ограничен
10.	Юридическая Россия [Электронный ресурс]: федеральный правовой портал. - Режим доступа: http://www.law.edu.ru/ [22.02.2018].	Открытый доступ
11.	Официальный интернет-портал правовой информации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://pravo.gov.ru/ [22.02.2018].	Открытый доступ
12.	Федеральная электронная медицинская библиотека Минздрава России [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.femb.ru/feml/ , http://feml.scsmr.rssi.ru [22.02.2018].	Открытый доступ
13.	Электронный библиотечный абонемент Центральной научной медицинской библиотеки (ЭБА ЦНМБ) [Электронный ресурс] / ООМИП «Мед. информ. ресурсы»; 1МГМУ им. И.М. Сеченова. - Режим доступа: http://www.emll.ru/newlib/	Доступ ограничен
14.	Научная электронная библиотека eLIBRARY [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://elibrary.ru	Открытый доступ
15.	Национальная электронная библиотека [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://нэб.рф/	Доступ неограничен
16.	Scopus [Electronic resource] / Elsevier Inc., Reed Elsevier. – Electronic data. – Philadelphia: Elsevier B.V., PA, 2015. – Режим доступа: http://www.scopus.com/	Доступ ограничен
17.	Web of Science [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://apps.webofknowledge.com (Национальная подписка РФ)	Доступ неограничен

18.	MEDLINE Complete EBSCO [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://search.ebscohost.com (Национальная подписка РФ)	Доступ неограничен
19.	Medline (PubMed, USA) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/ [22.02.2018].	Открытый доступ
20.	Free Medical Journals [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://freemedicaljournals.com [22.02.2018].	Открытый доступ
21.	Free Medical Books [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.freebooks4doctors.com/ [22.02.2018].	Открытый доступ
22.	Internet Scientific Publication [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ispub.com [22.02.2018].	Открытый доступ
23.	КиберЛенинка [Электронный ресурс]: науч. электрон. биб-ка. - Режим доступа: http://cyberleninka.ru/ [22.02.2018].	Открытый доступ
24.	Архив научных журналов [Электронный ресурс] / НЭИКОН. - Режим доступа: http://archive.neicon.ru/xmlui/ [22.02.2018].	Открытый доступ
25.	Журналы открытого доступа на русском языке [Электронный ресурс] / платформа EIPub НЭИКОН. – Режим доступа: http://elpub.ru/elpub-journals [22.02.2018].	Открытый доступ
26.	Медицинский Вестник Юга России [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.medicalherald.ru/jour [22.02.2018].	Открытый доступ
27.	Всемирная организация здравоохранения [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://who.int/ru/ [12.02.2018].	Открытый доступ
28.	Med-Edu.ru [Электронный ресурс]: медицинский видеопортал. - Режим доступа: http://www.med-edu.ru/ [22.02.2018].	Открытый доступ
29.	DoctorSPB.ru [Электронный ресурс]: информ.-справ. портал о медицине. - Режим доступа: http://doctorspb.ru/ [22.02.2018].	Открытый доступ
30.	Evrika.ru. [Электронный ресурс]: Информационно-образовательный портал для врачей. – Режим доступа: https://www.evrika.ru/ [22.02.2018].	Требуется регистрация
31.	Univadis.ru [Электронный ресурс]: международ. мед. портал. - Режим доступа: http://www.univadis.ru/ [22.02.2018].	Требуется регистрация
32.	МЕДВЕСТНИК. Портал российского врача: библиотека, база знаний [Электронный ресурс]. – Режим доступа https://medvestnik.ru/ [22.02.2018]	Требуется регистрация
33.	Современные проблемы науки и образования [Электронный журнал]. - Режим доступа: http://www.science-education.ru/ru/issue/index [22.02.2018].	Открытый доступ
	Другие открытые ресурсы вы можете найти по адресу: http://rostgmu.ru →Библиотека→Электронный каталог→Открытые ресурсы интернет→далее по ключевому слову...	Открытый доступ

6.4. Информационные справочные системы

1. Консультант Плюс [Электронный ресурс]: справ. правовая система. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru> [22.02.2018].

6.5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

6.5.1. Методические рекомендации и требования к созданию презентации

Мультимедийные презентации используются для того, чтобы выступающий смог на большом экране или мониторе наглядно продемонстрировать дополнительные материалы к своему сообщению.

Общие требования к презентации:

- презентация не должна быть меньше 10 слайдов.
- первый лист – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: название вуза; название работы; фамилия, имя, отчество автора, номер группы, год создания.
- следующим слайдом должно быть содержание, где представлены основные этапы.
- дизайн - эргономические требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста.

Создание презентации состоит из трех этапов:

1) Планирование презентации– это многошаговая процедура, включающая определение целей, формирование структуры и логики подачи материала. Планирование презентации включает в себя:

1. Определение целей.
2. Определение основной идеи презентации.
3. Подбор цветовой схемы, шаблона презентации.
4. Подбор дополнительной информации.
5. Планирование выступления.
6. Создание структуры презентации.
7. Проверка логики подачи материала.
8. Подготовка заключения.

2) Разработка презентации – методологические особенности подготовки слайдов презентации, включая вертикальную и горизонтальную логику, содержание и соотношение текстовой и графической информации.

3) Репетиция презентации – это проверка и отладка созданной презентации.

В оформлении презентаций выделяют два блока: оформление слайдов и представление информации на них. Для создания качественной презентации необходимо соблюдать ряд требований, предъявляемых к оформлению данных блоков.

Оформление слайдов:

- Стиль
- Соблюдайте единый стиль оформления.
 - Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации.
 - Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не

должны преобладать над основной информацией (текстом, иллюстрациями).

- Фон** - Для фона предпочтительны холодные тона
- Использование цвета** - На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовка, один для текста. - Для фона и текста используйте контрастные цвета. - Обратите внимание на цвет гиперссылок (до и после использования). - Таблица сочетаемости цветов в приложении.
- Анимационные эффекты** - Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде. - Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.

Представление информации:

- Содержание информации** - Используйте короткие слова и предложения.
- Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных.
- Заголовки должны привлекать внимание аудитории.
- Расположение информации на странице** - Предпочтительно горизонтальное расположение информации.
- Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана. - Если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней.
- Для заголовков – не менее 24.
- Для информации не менее 18.
- Шрифты** - Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния.
- Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.
- Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание.
- Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных).
Следует использовать:
- рамки;
- Способы выделения информации** - границы, заливку;
- штриховку, стрелки;
- рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов.
- Объем информации** - Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений.

- Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.

Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов:

Виды слайдов

- с текстом;
- с таблицами;
- с диаграммами.

Сумма баллов	оценки
85-100	5
71-84	4
60-70	3
60-100	зачет
0-59	2

Приложение 1

Утверждаю

Зав. каф. _____ Жуков В.А.

ЛИСТ КОНТРОЛЬНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ
по дисциплине: Маркетинг в здравоохранении

Вид аттестации - зачет

Кафедра экономической и социальной теории

Курс 2, семестр 4, 31.05.02 педиатрия

№	Вид мероприятий текущего контроля	Количество баллов за 1 контрольное мероприятие	Количество мероприятий	Min-max количество баллов всего
	<i>Модуль 1</i>			
	Контрольный опрос по текущей теме: Устный опрос	2-4	1	2-4
	Тестовый контроль	2-4	1	2-4
	Контрольная работа	3-5	1	3-5
	<i>Модуль 2</i>			
	Контрольный опрос по текущей теме: Устный опрос	2-4	1	2-4

	Тестовый контроль	2-4	1	2-4
	Контрольная работа	3-5	1	3-5
	<i>Модуль 3</i>			
	Контрольный опрос по текущей теме: Устный опрос	2-4	1	2-4
	Тестовый контроль	3-5	1	3-5
	Контрольная работа	2-4	1	2-4
	Деловая игра	6-8	2-4	6-8
	Итоги по текущему контролю			38-60
	Посещение лекций	1	9	9
	Итого			60-100