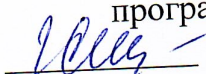


**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОСТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
МИНИСТЕРСТВА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

ПЕДИАТРИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель образовательной
программы

 / Стагниева И.В./

« 18 » июня 2024г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ

Специальность **31.05.02 Педиатрия**

Форма обучения – очная

Ростов-на-Дону
2024

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) Универсальных компетенций (УК):

УК-9

III. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

2.1. Учебная дисциплина является базовой дисциплиной.

IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины в зет 2 час 72

4.1. Разделы дисциплины, изучаемые во 4 семестре

№ раздел а	Наименование раздела	Количество часов					
		Всего	Контактная работа				СРС
			Л	С	ПР	ЛР	
Семестр 4							
I	Основы маркетинга в здравоохранении	18	4	6			8
II	Рынок медицинских услуг	28	4	14			10
III	Основные направления маркетинговой деятельности	26	4	12			10
	<i>Итого:</i>	72	12	32			28

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	2
III	4	Маркетинговая среда и маркетинговые исследования медицинского учреждения	2
	5	Товарная и ценовая политика в системе здравоохранения	1
	6	Система продвижения, реклама и бюджет маркетинга в здравоохранении	1
<i>Итого:</i>			12

Семинары, практические работы

№ раздела	№ семинара	Семинары	Кол-во часов	Формы текущего контроля
Семестр 4				
I	1	Понятие и основы маркетинга в здравоохранении	6	Устный опрос, решение ситуационных задач, презентация
II	2	Рынок медицинских услуг как объект маркетинга и ценовая политика	8	Устный опрос, решение ситуационных задач, презентация
	3	Сегментация рынка медицинских услуг	6	Устный опрос, решение ситуационных задач, презентация
III	4	Маркетинговая среда и маркетинговые исследования медицинского учреждения	4	Устный опрос, решение ситуационных задач, презентация

	5	Товарная политика и способы сбыта в системе здравоохранения	4	Устный опрос, решение ситуационных задач, презентация
	6	Система продвижения, реклама и бюджет маркетинга в здравоохранении	2	Устный опрос, решение ситуационных задач, презентация
<i>Итого:</i>			32	

4.3. Самостоятельная работа обучающихся

№ раздела	Вид самостоятельной работы обучающихся	Кол-во часов	Формы текущего контроля
Семестр 4			
I	Подготовка к устному ответу, подготовка презентации, повтор алгоритма решения ситуационных задач Т.1 Понятие и основы маркетинга в здравоохранении	4	Устный опрос, решение ситуационных задач, презентация
II	Подготовка к устному ответу, подготовка презентации, повтор алгоритма решения ситуационных задач Т.2. Рынок медицинских услуг как объект маркетинга и ценовая политика	4	Устный опрос, решение ситуационных задач, презентация
II	Подготовка к устному ответу, подготовка презентации, повтор алгоритма решения ситуационных задач Т.3. Сегментация рынка медицинских услуг	4	Устный опрос, решение ситуационных задач, презентация
III	Подготовка к устному ответу, подготовка презентации, повтор алгоритма решения ситуационных задач Т.4. Маркетинговая среда и маркетинговые исследования медицинского учреждения	8	Устный опрос, решение ситуационных задач, презентация
III	Подготовка к устному ответу, подготовка презентации, повтор алгоритма решения ситуационных задач Т.5. Товарная политика и способы сбыта в системе здравоохранения	6	Устный опрос, решение ситуационных задач, презентация

№ раздела	Вид самостоятельной работы обучающихся	Кол-во часов	Формы текущего контроля
Семестр 4			
III	Подготовка к устному ответу, подготовка презентации, повтор алгоритма решения ситуационных задач Т.6. Система продвижения, реклама и бюджет маркетинга в здравоохранении	4	Устный опрос, решение ситуационных задач, презентация
<i>Итого:</i>		28	

V. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (являются приложением к рабочей программе)

VI. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Основная литература.

1. Абаев, А. Л. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник для бакалавров / Абаев А. Л. , Алексунин В. А. , Гуриева М. Т. - Москва : Дашков и К, 2019. - 433 с. (Серия "Учебные издания для бакалавров") - ISBN 978-5-394-03141-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394031410.html> (дата обращения: 29.02.2024). - Режим доступа : по подписке.

2. Романов, А. И. Маркетинг и конкурентоспособность медицинской организации / Романов А. И. , Кеворков В. В. - Москва : Дело, 2016. - 394 с. - ISBN 978-5-7749-1126-4. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785774911264.html> (дата обращения: 29.02.2024). - Режим доступа : по подписке.

3. Кадыров Ф.Н., Модернизация здравоохранения: сто ответов на актуальные вопросы [Электронный ресурс] / Под ред. Ф.Н.Кадырова - М. : Менеджер здравоохранения, 2008. - 312 с. - ISBN 978-5-903834-04-4 - Режим доступа: <http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785903834044.html>

4. Вялков А.И., Управление и экономика здравоохранения [Электронный ресурс] / Под ред. А.И. Вялкова, Кучеренко В.З., Райзберг Б.А. и др. - М.: ГЭОТАР-Медиа, 2009. - 664 с. - ISBN 978-5-9704-0906-0 - Режим доступа: <http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970409060.html>

5. Решетников, А. В. Социология медицины / Решетников А. В. - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2014. - 864 с. - ISBN 978-5-9704-3067-5. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970430675.html> (дата обращения: 29.02.2024). - Режим доступа : по подписке.

6.2. Интернет-ресурсы

ЭЛЕКТОРОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ		Доступ к ресурсу
Электронная библиотека РостГМУ. – URL: http://109.195.230.156:9080/opac/		Доступ неограничен
Консультант студента [Комплекты: «Медицина. Здравоохранение. ВО»; «Медицина. Здравоохранение. СПО»; «Психологические		Доступ

науки»]: Электронная библиотечная система. – Москва : ООО «Политехресурс». - URL: https://www.studentlibrary.ru + возможности для инклюзивного образования	неограничен
Научная электронная библиотека eLIBRARY. - URL: http://elibrary.ru	Открытый доступ
Национальная электронная библиотека. - URL: http://нэб.рф/	Доступ с компьютеров библиотеки
БД издательства Springer Nature. - URL: https://link.springer.com/ по IP-адресам РостГМУ и удалённо после регистрации, удалённо через КИАС РФФИ https://kias.rfbr.ru/reg/index.php (Нацпроект)	Доступ неограничен
Российское образование. Единое окно доступа : федеральный портал. - URL: http://www.edu.ru/ . – Новая образовательная среда.	Открытый доступ
Федеральный центр электронных образовательных ресурсов. - URL: http://srtv.fcior.edu.ru/	Открытый доступ
Электронная библиотека Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ). - URL: http://www.rfbr.ru/rffi/ru/library	Открытый доступ
Вебмединфо.ру : сайт [открытый информационно-образовательный медицинский ресурс]. – Москва. - URL: https://webmedinfo.ru/	Открытый доступ
Научное наследие России: электронная библиотека / МСЦ РАН. - URL: http://www.e-heritage.ru/	Открытый доступ
Президентская библиотека : сайт. - URL: https://www.prilib.ru/collections	Открытый доступ
Архив научных журналов / НП НЭИКОН. - URL: https://arch.neicon.ru/xmlui/	Открытый доступ
Эко-Вектор : портал научных журналов / ИТ-платформа российской ГК «ЭКО-Вектор». - URL: http://journals.eco-vector.com/	Открытый доступ
Министерство здравоохранения Российской Федерации : офиц. сайт. - URL: https://minzdrav.gov.ru	Открытый доступ
Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения : офиц. сайт. - URL: https://roszdravnadzor.gov.ru/	Открытый доступ
Всемирная организация здравоохранения : офиц. сайт. - URL: http://who.int/ru/	Открытый доступ
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации : офиц. сайт. - URL: http://minobrnauki.gov.ru/ (поисковая система Яндекс)	Открытый доступ
Современные проблемы науки и образования : электрон. журнал. Сетевое издание. - URL: http://www.science-education.ru/ru/issue/index	Открытый доступ
Словари и энциклопедии на Академике. - URL: http://dic.academic.ru/	Открытый доступ
Официальный интернет-портал правовой информации. - URL: http://pravo.gov.ru/	Открытый доступ
Образование на русском : образовательный портал / Гос. ин-т русс. яз. им. А.С. Пушкина. - URL: http://pushkininstitute.ru/	Открытый доступ

6.3. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

6.3.1. 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
- На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовка, один для текста. -
- Использование цвета** 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.
- Предпочтительно горизонтальное расположение информации.
- Расположение информации на странице** на- 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 без засечек легче читать с большого расстояния.
- Нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации.
- Шрифты** - 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.
- Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений.
- Объем информации** - Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.
- Виды слайдов** Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов:
- с текстом;

- с таблицами;
- с диаграммами.