

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
«Менеджмент в здравоохранении»

Направление подготовки	34.03.01 Сестринское дело (уровень бакалавриата)
Количество зачетных единиц	В соответствии с РУП
Вид промежуточной аттестации	В соответствии с РУП

Рабочая программа учебной дисциплины «Менеджмент в здравоохранении» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО 34.03.01 Сестринское дело

1. Цель изучения дисциплины

Цель освоения учебной дисциплины «Менеджмент в здравоохранении» состоит в получении теоретических и прикладных профессиональных знаний и умений в области развития форм и методов управления в организациях здравоохранения, в условиях рыночной экономики с учетом передового отечественного и зарубежного опыта, а также приобретение навыков самостоятельного инициативного и творческого использования теоретических знаний в практической деятельности

2. Краткое содержание дисциплины

Раздел 1

Содержание раздела

Понятие менеджмента. История становления менеджмента. Основы менеджмента в здравоохранении. Функции менеджмента.

Раздел 2:

Содержание раздела

Контроль качества и безопасности медицинской деятельности: Государственный контроль. Контроль качества и безопасности медицинской деятельности: Ведомственный контроль. Контроль качества и безопасности медицинской деятельности: Органы, организации государственной, муниципальной и частной систем здравоохранения, осуществляющие внутренний контроль качества и безопасности медицинской деятельности в порядке, установленном руководителями указанных органов, организаций. Законы и нормативно-правовые акты в сфере охраны здоровья. Лицензирование медицинской деятельности. Разделение компетенций между государственной властью и местным самоуправлением в сфере здравоохранения. Здравоохранение как организационная система. Функции и формы управления в системе здравоохранения. Социальный маркетинг в здравоохранении. Сегментация рынка медицинских услуг. Регулирование рынка медицинских услуг. Теневой рынок медицинских услуг

Понятие и основы маркетинга в здравоохранении. Рынок медицинских услуг как объект маркетинга. Ценовая политика как объект маркетинга. Маркетинговая среда медицинского учреждения. Маркетинговые исследования медицинского учреждения. Товарная политика медицинского учреждения. Способы сбыта в системе здравоохранения. Система продвижения в здравоохранении. Реклама в здравоохранении. Бюджет маркетинга в здравоохранении. Маркетинг-менеджмент медицинской организации. Эгомаркетинг или Я-бренд врача. Понятие и функции интернет-маркетинга. Виды интернет-маркетинга. Основные инструменты интернет-маркетинга. Эффективность интернет-рекламы

Классификация управленческих решений. Типология управленческих решений. Подходы к принятию управленческих решений. Факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений. Индивидуальное и групповое решение проблем. Управление персоналом. Лидерство,

влияние и власть. Власть руководителя и подчиненного. Методы влияния. Модель влияния руководителя на подчиненных. Подходы к феномену лидерства. Стили руководства.

Определение конфликта. Взгляды на конфликт. Составляющие конфликта. Основные причины конфликтов. Зарождение конфликта. Признаки конфликта. Уровни развития, типы конфликт, стадии развития, стадии исхода. Последствия конфликта. Управление конфликтной ситуацией.

Раздел 3:

Управление качеством услуг в медицинской организации. Управление рисками в здравоохранении