

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

ФАКУЛЬТЕТ ОБЩЕЙ КЛИНИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель

образовательной программы

 Г.Г.Харсеева /

(подпись) (Ф.И.О.)

 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ

Направление подготовки 34.03.01 Сестринское дело (уровень бакалавриата)

Форма обучения очная

Ростов-на-Дону
2025

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 данному направлению подготовки:

а) Профессиональных компетенций (ПК):

ПК-13 Готовность к организации деятельности сестринского персонала, разработке управленческих решений по повышению эффективности деятельности сестринской службы медицинской организации или ее структурного подразделения

III. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

2.1. Учебная дисциплина является факультативной дисциплиной.

IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины в зет 2 час 72

4.1. Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре

№ раздел а	Наименование раздела	Количество часов						
		Всего	Контактная работа				СРС	
			Л	С	ПР	ЛР		
Семестр 6								
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 6		
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 6				
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

	4	Маркетинговая среда и маркетинговые исследования медицинского учреждения	4	Устный опрос, решение ситуационных задач, презентация
III	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 6			
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

№ раз дел а	Вид самостоятельной работы обучающихся	Кол-во часов	Формы текущего контроля
Семестр 6			
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
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/opacg/	Доступ неограничен
	Консультант студента [Комплекты: «Медицина. Здравоохранение. ВО»; «Медицина. Здравоохранение. СПО»; «Психологические науки»]: Электронная библиотечная система. – Москва : ООО «Политехресурс». - URL: https://www.studentlibrary.ru + возможности для инклюзивного образования	Доступ неограничен
	Научная электронная библиотека eLIBRARY. - URL: http://elibrary.ru	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

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 |
| 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. |
| Расположение информации странице | - Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных. |
| Шрифты | - Заголовки должны привлекать внимание аудитории. |
| | - 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 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 - границы, заливку;

информации - штриховку, стрелки;

- рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов.

- Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут единовременно 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:

- с текстом;

- с таблицами;

- с диаграммами.

Объем информации

Виды слайдов