

МИНЗДРАВ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
МИНИСТЕРСТВА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(ФГБОУ ВО ДВГМУ Минздрава России)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УВР
_____ С.Н. Киселев
23.04.2024 г.

Маркетинг в здравоохранении рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Сестринское дело с курсом социальных дисциплин**

Учебный план **340301-1-2024-Очно-заочное.rlx**
 34.03.01 Сестринское дело
 Направленность (профиль) "Сестринское дело"

Квалификация **Академическая медицинская сестра (для лиц мужского пола -**
 Академический медицинский брат). Преподаватель

Форма обучения **очно-заочная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	108	Виды контроля в семестрах: зачеты 6
в том числе:		
аудиторные занятия	16	
самостоятельная работа	56	
часов на контроль	36	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
Неделя	17,2			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	6	6	6	6
Практические	10	10	10	10
В том числе инт.	16	16	16	16
В том числе электрон.	16	16	16	16
Итого ауд.	16	16	16	16
Контактная работа	16	16	16	16
Сам. работа	56	56	56	56
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

Старший преподаватель, Бурнышкова Н.Н. _____

Рецензент(ы):

д.м.н., профессор каф. ОЗиЗ, Капитоненко Н.А. _____;

К.м.н., Декан факультета ОсЦКиТ, Лемещенко О.В. _____

Рабочая программа дисциплины

Маркетинг в здравоохранении

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 34.03.01 Сестринское дело (приказ Минобрнауки России от 22.09.2017 г. № 971)

составлена на основании учебного плана:

34.03.01 Сестринское дело

Направленность (профиль) "Сестринское дело"

утвержденного учёным советом вуза от 23.04.2024 протокол № 10.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Сестринское дело с курсом социальных дисциплин

Протокол от _____ 2024 г. № ____

Зав. кафедрой Витько Е.В.

Председатель методического совета факультета

И.В. Крапивина _____

Протокол от _____ 2024 г. № ____

1. ЦЕЛИ и ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	подготовка специалиста с современным экономическим мышлением, в т.ч. владеющего методами маркетинга в здравоохранении;
	-формирование у студентов высокой экономической культуры;
	-выработка у будущего специалиста навыков предпринимательской и менеджерской деятельности и умение решать экономические задачи в области профессиональной сестринской деятельности;
	-стремление постоянно повышать качество лечебно-профилактической работы.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Математика
2.1.2	Информатика
2.1.3	Экономика в здравоохранении
2.1.4	Общественное здоровье
2.1.5	Статистический учет в здравоохранении
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Менеджмент в сестринском деле

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	
УК-1.1: Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие. Осуществляет декомпозицию задачи	
УК-1.2: Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи	
УК-1.3: Рассматривает различные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки	
УК-1.4: Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности	
УК-1.5: Определяет и оценивает практические последствия возможных решений задачи	
УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	
УК-2.1: Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач	
УК-2.2: Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	
УК-2.3: Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время	
УК-2.4: Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта	

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)							
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте пакт.	Примечание
	Раздел 1. Основы маркетинга в здравоохранении (основные понятия, задачи, цель, этапы развития, функции). Объекты исследования в маркетинге медицинских услуг, особенности маркетинга медицинских услуг						
1.1	Основные термины и понятия (маркетинг, нужда, потребность, рынок, товар, система маркетинга, менеджер). /Лек/	6	2	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2	2	
1.2	Предмет, задачи и методы маркетинга медицинских услуг. Краткий исторический обзор развития маркетинга медицинских услуг как науки. /Лек/	6	2	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2	2	

1.3	Основные функции маркетинга в здравоохранении. /Ср/	6	2	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2		
1.4	Объекты исследования в маркетинге медицинских услуг. Товар в маркетинге медицинских услуг. Продукт и услуга. /Ср/	6	2	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2		
1.5	Особенности рынка в здравоохранении. Пациент, врач, медицинская сестра, провизор и члены семьи. /Ср/	6	4	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2		
1.6	Основные термины и понятия (маркетинг, нужда, потребность, рынок, товар, система маркетинга, менеджер). /Пр/	6	2	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2	2	
1.7	Предмет, задачи и методы маркетинга медицинских услуг. Краткий исторический обзор развития маркетинга медицинских услуг как науки. /Пр/	6	2	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2	2	
1.8	Основные функции маркетинга в здравоохранении. Объекты исследования в маркетинге медицинских услуг. Товар в маркетинге медицинских услуг. Продукт и услуга. /Ср/	6	2	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2		
1.9	Особенности рынка в здравоохранении. Пациент, врач, медицинская сестра, провизор и члены семьи. /Ср/	6	2	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2		
	Раздел 2. Маркетинговые исследования спроса и предложения. Сегментирование рынка и позиционирование на рынке медицинских услуг						
2.1	Основные понятия и термины (спрос, предложение). Методы прогнозирования спроса: парный, анализ на основе множественной регрессии, использование кривых жизненного цикла. /Лек/	6	2	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2	2	
2.2	Моделирование тенденций продаж по этапам жизненного цикла. Выбор основных направлений, прогнозирование. /Ср/	6	2	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2		
2.3	Характеристики рынка медицинских услуг, виды сегментации - географическая сегментация, демографическая, геодемографическая, психографическая, сегментация по типу поведения. /Ср/	6	2	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2		
2.4	Этапы позиционирования. Модель маркетинга медицинских услуг на определенном сегменте. /Ср/	6	2	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2		
2.5	Основные понятия и термины (спрос, предложение). /Пр/	6	2	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2	2	
2.6	Методы прогнозирования спроса: парный, анализ на основе множественной регрессии, использование кривых жизненного цикла. /Ср/	6	4	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2		
2.7	Моделирование тенденций продаж по этапам жизненного цикла. Выбор основных направлений, прогнозирование. /Ср/	6	4	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2		
2.8	Характеристики рынка медицинских	6	4	УК-1.1 УК-	Л1.1Л2.1Л3.		

	услуг, виды сегментации - географическая сегментация, демографическая, геодемографическая, психографическая, сегментация по типу поведения. /Ср/			1.2 УК-1.3 УК-1.4	1 Э1 Э2		
2.9	Этапы позиционирования. Модель маркетинга медицинских услуг на определенном сегменте. /Ср/	6	4	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2		
	Раздел 3. Политика ценообразования на рынке медицинских услуг Цена и ценообразование. Конкурентоспособность и методы ее оценки.						
3.1	Сущность цены, ее экономическая природа. Цели, задачи ценовой политики. Виды цен. Принципы ценообразования. Подходы к проблеме ценообразования. Цена и ценовая политика в системе маркетинга медицинских услуг. /Ср/	6	2	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4 УК-1.5 УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2		
3.2	Этапы ценовой политики. Методы ценообразования. /Ср/	6	4	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2		
3.3	Прейскуранты, скидки, оговорки. /Ср/	6	4	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2		
3.4	Роль стандартизации и сертификации в системе обеспечения качества и конкурентоспособности продукта и услуги в здравоохранении. Оценка конкурентоспособности медицинских услуг и продуктов. Параметры конкурентоспособности. Методика расчета себестоимости и определения цены медицинской услуги. /Ср/	6	2	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2		
3.5	Влияние рынка на качество и конкурентоспособность. /Ср/	6	4	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2		
3.6	Сущность цены, ее экономическая природа. Цели, задачи ценовой политики. Виды цен. Принципы ценообразования. Подходы к проблеме ценообразования. Этапы ценовой политики. Методы ценообразования. /Пр/	6	2	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2	2	
3.7	Цена и ценовая политика в системе маркетинга медицинских услуг. Прейскуранты, скидки, оговорки. Методика расчета себестоимости и определения цены медицинской услуги. /Пр/	6	2	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2	2	
3.8	Роль стандартизации и сертификации в системе обеспечения качества и конкурентоспособности продукта и услуги в здравоохранении. /Ср/	6	2	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2		
3.9	Оценка конкурентоспособности медицинских услуг и продуктов. Параметры конкурентоспособности. /Ср/	6	2	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2		
3.10	Влияние рынка на качество и конкурентоспособность. /Ср/	6	2	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4	Л1.1Л2.1Л3.1 Э1 Э2		
3.11	Экзамен по дисциплине "Маркетинг в здравоохранении /Экзамен/	6	36	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 УК-1.4			

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА	
5.1. Контрольные (экзаменационные) вопросы и задания	
Особенности рынка медицинских товаров и услуг. Маркетинг услуг. Обусловленность здоровья населения. Управление маркетингом. Особенности маркетинга в медицине. Реклама в маркетинге. Сегментирование и позиционирование на рынке медицинских услуг. Маркетинговые исследования. Сущность маркетинга медицинских услуг. Конкурентные преимущества и конкурентоспособность. Конкуренция на рынке медицинских товаров и услуг.	
5.2. Темы письменных работ (рефераты, контрольные)	
1. Особенности рынка медицинских товаров и услуг. 2. Маркетинг услуг. Обусловленность здоровья населения. 3. Управление маркетингом. 4. Особенности маркетинга в медицине. 5. Реклама в маркетинге. 6. Сегментирование и позиционирование на рынке медицинских услуг. 7. Маркетинговые исследования. 8. Сущность маркетинга медицинских услуг. 9. Конкурентные преимущества и конкурентоспособность. 10. Конкуренция на рынке медицинских товаров и услуг.	
5.3. Фонд оценочных средств	
Тесты - 100 Рефераты - 60 Контрольные вопросы - 300 Ситуационные задачи - 250	
5.4. Примеры оценочных средств (5 тестов, 2 задачи)	
Тесты: 1. Рынок услуг определяют как: 1. рынок продавца 2. рынок покупателя 3. рынок товаров 4. рынок идей 5. совокупность существующих и потенциальных потребителей 2. Одна из главных задач маркетинга – это: 1. удовлетворение собственных потребностей 2. понять, что желает потребитель 3. минимизация издержек производства 4. оценка возможности производителя 5. нет правильного ответа 3. Маркетинг означает: 1. разработку, производство и сбыт того, на что имеется потребительский спрос 2. производство максимального объема товаров и услуг 3. производство максимального объема товаров и услуг при минимальных издержках 4. создание условий для минимизации издержек производства 5. удовлетворение потребностей производителей и потребителей 4. Медицинские работники в маркетинговом комплексе оказывать значительное влияние на: 1. цена медицинской услуги 2. численность пациентов 3. форсирование спроса 4. изменение вкусов пациентов 5. престижность медицинской услуги 5. Результатом маркетинга является: 1. предоставление потребителям благ 2. предоставление потребителям благ, удовлетворяющие их потребности 3. предоставление потребителям благ, удовлетворяющие их потребности, и достижение организацией своих целей развития 4. достижение организацией своих целей развития с максимизацией прибыли 5. достижение организацией своих целей развития при минимальных издержках Ситуационные задачи:	

1. Вы работаете менеджером в хозрасчетной поликлинике. За последние месяцы отмечается снижение прибыли от основной деятельности. Анализ сложившейся ситуации показал, что в вашем районе обслуживания открылась новая поликлиника с более широким ассортиментом медицинских услуг по более низким ценам.
1. Перечислите и кратко охарактеризуйте маркетинговые стратегии, применяемые ЛПУ на рынке медицинских услуг.
 2. Какую маркетинговую стратегию вы выберете? Какие мероприятия в рамках данной стратегии вы предпримите?
2. Вы проводите маркетинговые исследования при внедрении на рынок новой платной медицинской услуги (например, артроскопической операции).
1. Перечислите этапы проведения маркетингового исследования.
 2. Предложите конкретный план маркетингового исследования в данной ситуации.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Модестов А.А., Ямщиков А.С., Пац Ю.С., Максимова С.И.	Маркетинг в сестринском деле. Учебное пособие	<Феникс>, 2006	70

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Васнецова О.А (ред.)	Маркетинговые исследования в здравоохранении. Учебно-методическое пособие для студентов факультета ВСО дневного, вечернего и заочного отделений	Б.и., 2008	70

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Ананьев К.Г (ред.)	Маркетинг в здравоохранении. Учебно-методическое пособие к практическим занятиям для студентов факультета высшего сестринского образования (очно-заочная форма обучения)	ГОУ ВПО ДВГМУ, 2010	5000

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	ЭБС «КнигаФонд» http://www.knigafund.ru
Э2	Электронно-библиотечная система ДВГМУ http://www.fesmu.ru/elib/

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Операционная система Windows (537 лицензий), лицензии 40745181, 41710912, 42042490, 42095524, 42579648, 42579652, 42865595, 43187054, 43618927, 44260390, 44260392, 44291939, 44643777, 44834966, 44937940, 45026378, 45621576, 45869271, 46157047, 46289102, 46822960, 47357958, 47558099, 48609670, 48907948, 49340641, 49472543, 60222812, 60791826, 60948081, 61046678, 61887281, 62002931, 62354902, 62728014, 62818148
6.3.1.2	Программа Statsoft Statistica версия 6.1 серия: 1203d (3 лицензии), Номер эл. ключа: БЯВ08I29 0849y21506A01
6.3.1.3	Программное обеспечение Microsoft Office (537 лицензий), лицензии 40745181, 41710912, 42042490, 42095524, 42579648, 42579652, 42865595, 43187054, 43618927, 44260390, 44260392, 44291939, 44643777, 44834966, 44937940, 45026378, 45621576, 45869271, 46157047, 46289102, 46822960, 47357958, 47558099, 48609670, 48907948, 49340641, 49472543, 60222812, 60791826, 60948081, 61046678, 61887281, 62002931, 62354902, 62728014, 62818148
6.3.1.4	Программа Abbyy Fine Reader 10 сетевая версия (25 лицензий), идентификационный номер пользователя: 30419

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	Консультант Плюс
6.3.2.2	Электронная библиотека IPR Books
6.3.2.3	IPRbooks
6.3.2.4	Электронная библиотека ДВГМУ

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Аудитория	Назначение	Оснащение и ПО	Вид работ
УК-1-424	Практические занятия, лекции	Столы (14), стулья (28)	КР
УК-1-427	Практические занятия, лекции	Столы (12), стулья (24)	КР

УК-1-436	Практические занятия, лекции	Столы (15), стулья (30)	КР
УК-1-504	Практические занятия, лекции	Столы (7), стулья (14)	КР
УК-1-523	Практические занятия, лекции	Столы (16), стулья (32), таблицы, мультимедийный проектор (1), экран (1), ноутбук(1)	КР
УК-1-524	Практические занятия, лекции	Столы (12), стулья (24), таблицы, мультимедийный проектор (1), экран (1)	КР
УК-1-328- Читальный зал	Читальный зал	• библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет	