

**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
«Маркетинг в здравоохранении»  
основной образовательной программы подготовки  
кадров высшей квалификации в магистратуре  
по направлению подготовки 32.04.01  
Общественное здравоохранение  
форма обучения: очно-заочная**

**1. Цель освоения дисциплины:** подготовка специалиста с современным мышлением, владеющего основами исследования и оценки маркетинговых деятельности в интересах принятия грамотных управленческих решений в сфере профессиональных интересов.

**Задачи дисциплины:**

- формирование управленческих знаний и навыков, необходимых для оценки экономической деятельности медицинских организаций;
- формирование навыков разработки и принятия решений в управленческой и деятельности, оценки эффективности их реализации в медицинских организациях;
- формирование знаний и навыков эффективного управления экономическими ресурсами и организации работы исполнителей в медицинских организациях;
- формирование навыков планирования и организации экономических мероприятий в медицинских организациях;
- формирование знаний и навыков стратегического планирования экономического развития медицинских организаций.

**2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.УОО.01 «Маркетинг в здравоохранении» относится к блоку 1, формируемому участниками образовательных отношений. Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые на уровне бакалавриата, а так же предшествующими дисциплинами: «Экономика медицинской организации», «Организация здравоохранения». Для качественного усвоения дисциплины магистр должен знать, экономику, информатику в объеме курса бакалавриата, уметь пользоваться научной литературой.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины и индикаторы достижения компетенций.**

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих профессиональных (ПК) компетенций:

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
				Знать	Уметь	Владеть
	ПК-5	Способность и готовность эффективно взаимодействовать с различными социокультурными, профессиональными и	ИД-1ПК-5.1. Умеет использовать информационно-коммуникационные технологии для эффективного сотрудничества	основные подходы к оценке экономической и коммуникационной эффективности маркетингов	осуществлять анализ маркетинговой среды медицинской организации; сегментировать и выделять целевую аудиторию	навыками использования современных инструментов, применяемых в проведении маркетинговой деятельности, получения и анализа

		социо-экономически ми группами для решения проблем общественног о здоровья	в решении проблем общественного здоровья ИД-2ПК-5.2. Демонстрирует умение выбирать и использовать адекватные каналы коммуникации для различных целевых групп при реализации программ укрепления здоровья	ых коммуникаци й медицинской организации	потребителей, анализировать результаты маркетинговог о аудита на рынке медицинских услуг	необходимой информации
	ПК-8	Способность и готовность к управлению процессами, обеспечиваю щими качество медицинской помощи, к использовани ю маркетингово х технологий в области общественног о здоровья и здравоохране ния	ИД-1ПК-8.2. Демонстрир ует готовность к использованию маркетинговых технологий в области общественного здоровья и здравоохранен ия	ключевые понятия, цели и задачи использовани я медицинског о маркетинга;	разрабатывать концепции проведения маркетингово х мероприятий, выбирать пригодные в конкретных ситуациях методы маркетингово х исследований	навыками аналитического анализа маркетинговой деятельности медицинской организации

#### 4. Перечень компетенций и результатов обучения в процессе освоения дисциплины

<i>Компетенция (код)</i>	<i>Индикаторы достижения компетенций</i>	<i>Виды занятий</i>	<i>Оценочные средства</i>
<b>ПК-5</b>	ИД-1ПК-5.1. Умеет использовать информационно-коммуникационные технологии для эффективного сотрудничества в решении проблем общественного здоровья ИД-2ПК-5.2. Демонстрирует умение выбирать и использовать адекватные каналы коммуникации для различных целевых групп при реализации программ укрепления здоровья	Лекции Практические занятия; Самостоятельная работа	Практические задания Кейсы Тесты
<b>ПК-8</b>	ИД-1ПК-8.2. Демонстрирует готовность к использованию маркетинговых технологий в области общественного здоровья и здравоохранения	Лекции Практические занятия; Самостоятельная работа	Практические задания Кейсы Тесты

## 5. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 акад. часа)

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем в акад. часах</b>
лекции	12
семинары/практические занятия	24
самостоятельная работа обучающегося	72
зачет	

## 6. Краткое содержание

Тема 1. Современные концепции маркетинга в здравоохранении. Маркетинговая среда медицинской организации.

Тема 2. Маркетинг на рынке медицинских услуг. Ценообразование на медицинские услуги.

Тема 3. Организация и проведения маркетинговых исследований в здравоохранении

Тема 4. Маркетинговые коммуникации на рынке медицинских услуг. Особенности позиционирования медицинских услуг