

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 04.07.2022 16:48:21
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

Медицинский институт

Рекомендовано МССН

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины

«Маркетинговые исследования в здравоохранении»

Рекомендуется для направления подготовки/специальности

38.04.02 «Менеджмент»

Направленность программы (профиль)

Менеджмент в здравоохранении

1. Цели и задачи дисциплины:

Цели обучения: на основе изучения основных понятий дисциплины «Маркетинговые исследования в здравоохранении» подготовить магистра по направлению «Менеджмент», обладающего компетенциями, знаниями и умениями в области теории и практики маркетинговой деятельности.

Задачами обучения являются изучение сущности, структуры и функций, базовых принципов и методов маркетинга; современного состояния и перспектив развития маркетинговой деятельности в России и в мире; формирование умения и навыков поиска, выявления, сбора, анализа, обобщения и использования маркетинговой информации.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:

Дисциплина «Маркетинговые исследования в здравоохранении» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 (модули) учебного плана.

В таблице № 1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО.

Таблица № 1

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
Универсальные компетенции (УК)			
1	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	Управленческая экономика	Методология исследования проблем управления; Теория организации управления; Современный стратегический анализ; Технология управления системой здравоохранения; Управление проектом в здравоохранении; Гигиена ЛПУ; Статистический учет в здравоохранении; Бизнес-менеджмент в здравоохранении; Анализ и прогнозирование рынка медицинских услуг
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)			
2	ОПК-2. Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	Технология управления системой здравоохранения	Теория организации управления; Основы телемедицины; Бизнес-менеджмент в здравоохранении; Анализ и прогнозирование рынка медицинских услуг
3	ОПК-4. Способен руководить проектной и	Управленческая экономика	Методология исследования проблем управления;

	процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций		Теория организации управления; Правовые основы системы здравоохранения; Риск менеджмент; Фармакоэкономические исследования; Бизнес-менеджмент в здравоохранении
Профессиональные компетенции (ПК)			
4	ПК-1. Способен управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями		Теория организации управления; Современный стратегический анализ; Основы телемедицины; Финансовый и инвестиционный менеджмент в здравоохранении; Правовые основы системы здравоохранения; Риск менеджмент; Управление проектом в здравоохранении; Фармакоэкономические исследования; Гигиена ЛПУ; Биоэтика; Страховое дело в здравоохранении; Культура профессионально-делового общения; Анализ и прогнозирование рынка медицинских услуг

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Универсальные компетенции (УК):

- способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий (УК-1);

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

- способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач (ОПК-2);
- способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные

возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций (ОПК-4);

Профессиональные компетенции (ПК):

- способен управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями (ПК-1).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- содержание маркетинговых концепций управления;
- методы маркетинговых исследований;
- основы маркетинговых коммуникаций.

Уметь:

- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию;
- использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований;
- ставить и решать задачи операционного маркетинга.

Владеть:

- методами разработки и реализации маркетинговых программ в здравоохранении.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет **3** зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		1
Аудиторные занятия (всего)	16	16
В том числе:		
<i>Лекции</i>	4	4
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	12	12
<i>Семинары (С)</i>	-	-
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>	-	-
Самостоятельная работа (всего)	92	92
Общая трудоемкость	час	108
	зач. ед.	3

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)
1	Основы маркетинга в здравоохранении. Основные цели, задачи и функции маркетинга в здравоохранении. Объекты исследования в маркетинге в здравоохранении.	Маркетинг в здравоохранении, его сущность и особенности. Краткий исторический обзор развития маркетинга и маркетинга в здравоохранении. Основные термины и понятия - маркетинг, нужда, потребность, обмен, спрос, товар, продукт, услуга, маркетинг продуктов, маркетинг услуг, маркетинговая система, основные составляющие маркетинга, субъекты маркетинга, окружающая маркетинговая среда, микросреда, макросреда, средства маркетинга, маркетолог, основной потребитель - пациент, промежуточные потребители - врач, медсестра, провизор, члены семьи, знакомые. Основные подходы, используемые в маркетинге в здравоохранении - социально-этический маркетинг,

		стратегический и операционный маркетинг. Особенности планирования в фармацевтическом маркетинге. Маркетинговая информационная система. Маркетинговое управление. Объекты исследования в фармацевтическом маркетинге. Окружающая маркетинговая среда. Микросреда и макросреда. Контролируемые и неконтролируемые факторы окружающей среды.
2	Маркетинговые исследования: составление плана маркетинговых исследований, изучение спроса и предложения медицинских и фармацевтических услуг и продуктов.	Маркетинговые исследования в здравоохранении. Традиционные объекты маркетинговых исследований. Маркетинговые исследования рынка медицинских услуг и продуктов: сегментация, емкость, конъюнктура, эластичность спроса, жизненные циклы, конкурентоспособность, спрос и предложение. Цены и ценообразование в маркетинге медицинских услуг и продуктов. Роль рекламы в маркетинге медицинских услуг. Изучение влияния рекламы на стимулирование сбыта.

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	Семина	СРС	Всего час.
1.	Основы маркетинга в здравоохранении. Основные цели, задачи и функции маркетинга в здравоохранении. Объекты исследования в маркетинге в здравоохранении	2	6	-	-	46	54
2.	Маркетинговые исследования: составление плана маркетинговых исследований, изучение спроса и предложения медицинских и фармацевтических услуг и продуктов.	2	6	-	-	46	54
	Итого	4	12	-	-	92	108

6. Лабораторный практикум (не предусмотрен)

7. Практические занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование практических работ	Трудоемкость (час.)
1.	1.	Основные цели, задачи и функции маркетинга в здравоохранении. Объекты исследования в маркетинге в здравоохранении. Маркетинговые исследования: составление плана маркетинговых исследований, изучение спроса и предложения медицинских и фармацевтических услуг и продуктов.	4
2.	2.	Анализ внешней и внутренней среды медицинской организации	4
		Сегментирование рынка и позиционирование услуги на рынке медицинских и фармацевтических услуг и продуктов. Оценка конкурентоспособности медицинских услуг.	4

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Аудиторный фонд медицинского института, кафедры общественного здоровья, здравоохранения и гигиены: аудитории 371, 372, 373 корпуса ЕГФ (ул. Миклухо-Макляя, д.10, корп.2) на 25-30 учебных посадочных мест (мультимедийное оборудование, комплекты раздаточных материалов для решения ситуационных задач, материалы для текущего тестирования, комплекты медицинской документации, выход в Интернет).

9. Информационное обеспечение дисциплины

а) программное обеспечение:

программы ТестМастер и Диоген для обеспечения текущего тестирования

б) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>
2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
3. ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
4. ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
5. ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

а) основная литература

1. Экономика здравоохранения [Электронный ресурс]: Учебник / Под общ. ред. А.В. Решетникова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ГЭОТАР-Медиа, 2015. - 192 с.
2. Маркетинг в здравоохранении: учебно-методическое пособие по изучению курса / А.В. Фомина, Е.В. Бивол. – Москва: РУДН, 2020. – 44 с.
3. Неверов А.В. Основы социального менеджмента [Электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов гуманитарных специальностей / А.В. Неверов. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2017. - 96 с.
4. Руководство к практическим занятиям по общественному здоровью и здравоохранению (с применением медицинских информационных систем, компьютерных и телекоммуникационных технологий) [Текст]: Учебное пособие / И.Н. Денисов, Д.И. Кича, В.И. Чернов. - 3-е изд., испр. - М.: Медицинское информационное агентство, 2017. - 461 с.
5. Общественное здоровье и здравоохранение [Электронный ресурс]: Учебник / В.А. Медик, В.К. Юрьев. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : ГЭОТАР-Медиа, 2016.

б) дополнительная литература

1. Философия развития здравоохранения. Методология прогнозирования [Электронный ресурс] / В.Б. Филатов, Н.Б. Найговзина. - М.: ГЭОТАР-Медиа, 2016. - 272 с.
2. Управление и экономика здравоохранения [Электронный ресурс] : Учебное пособие для вузов / Под ред. А.И. Вялкова. - 3-е издание. - М. : ГЭОТАР-Медиа, 2009. - 664 с.
3. Осеев А.А. Средства социологической диагностики в системе управления персоналом [Электронный ресурс]: Программа межфакультетского курса - Электронные текстовые данные. - М.: Изд-во РУДН, 2016. - 28 с.
4. Круглова Н.Ю. Основы менеджмента [Текст]: Учебное пособие - М. :КноРус, 2016. - 500 с.
5. Парамонов В.В. Основы экономики и менеджмента [Электронный ресурс]: Учебное пособие / В.В. Парамонов, И.Э. Исаева; Отв. ред. В.А. Федоров. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2015. - 128 с.
6. Петрова Н.Г. Основы маркетинга медицинских услуг [Текст]: Учебное пособие / Н.Г. Петрова, Н.И. Вишняков; Н.Г.Петрова и др. - М. : МЕДпресс-информ, 2008. - 112 с. : ил.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Дисциплина «Маркетинговые исследования в здравоохранении» изучается в объёме 3 зачетных единицы (108 часов) с проведением лекций, практических занятий и самостоятельных занятий.

Практические занятия проводятся в аудиториях кафедры всеми категориями профессорско-преподавательского состава, занятия обеспечиваются необходимым наглядным материалом и учебно-методическими пособиями. В ходе учебного занятия студенты проходят входное тестирование, собеседование, самостоятельно и при участии преподавателя решают поставленные перед ними задачи по овладению знаниями и приобретению необходимых навыков, отчитываются за проделанную на занятии учебную работу. Для повышения усвояемости учебного материала внедряются новые формы обучения и контроля знаний студентов. Преподаватели на занятиях применяют элементы деловой игры, создают производственные ситуации, используют ролевую имитацию производственной деятельности.

Работа студентов на занятиях и самостоятельная работа оценивается в рамках внедренной на кафедре балльно-рейтинговой системы оценки образовательной деятельности студентов. На каждого студента заполняется рейтинговая карточка, и экзаменатор имеет возможность составить более точное представление об успехах каждого обучающегося на кафедре, вычислить сумму баллов, заработанную студентом, и поставить объективную оценку.

Для решения задач образовательного процесса на кафедре разработан учебно-профессиональный (методический) комплекс, включающий в себя ряд элементов: образовательный стандарт высшего образования, рабочая учебная программа, методические разработки для студентов и преподавателей по каждому занятию, перечень практических навыков, экзаменационные материалы, перечень информационного и материального обеспечения образовательного процесса.

12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины «Маркетинговые исследования в здравоохранении» (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчик:

Зав. кафедрой общественного здоровья,
здравоохранения и гигиены, профессор

А.В. Фомина

Заведующий кафедрой

общественного здоровья,
здравоохранения и гигиены, профессор

А.В. Фомина

Руководитель программы

А.В. Фомина