



**Компонент образовательной программы**

Образовательная программа утверждена

Решением Ученого совета

ГБУ «НИИОЗММ ДЗМ»

Протокол от 20.01.2022 г. № 1

Аннотация к рабочей программе дисциплины

**МАРКЕТИНГ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ**

по специальности

**31.08.71 Организация здравоохранения и общественное здоровье  
(уровень подготовки кадров высшей квалификации)**

Форма обучения: очная

## **Блок 1. Дисциплины (модули)**

### **Б1.В. Вариативная часть**

#### **Б1.В.ДВ.2.2 МАРКЕТИНГ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ:**

Целью изучения дисциплины является овладение обучающимся современным экономическим мышлением, методами маркетинга в здравоохранении, умениями решать экономические задачи в области профессиональной деятельности, навыками предпринимательской деятельности.

**Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников):**

Освоение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

#### **универсальные компетенции:**

УК-1: готовностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу

УК-2: готовностью к управлению коллективом, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

#### **профессиональные компетенции:**

ПК-5: готовность к применению основных принципов организации и управления в сфере охраны здоровья граждан, в медицинских организациях и их структурных подразделениях

ПК-6: готовность к оценке качества оказания медицинской помощи с использованием основных медико-статистических показателей

ПК-8: готовность к оценке экономических и финансовых показателей, применяемых в сфере охраны здоровья граждан

#### **Планируемые результаты обучения:**

##### **знать:**

- Конституцию Российской Федерации;
- законы и иные нормативные правовые акты Российской Федерации в сфере здравоохранения, защиты прав потребителей и санитарно-эпидемиологического благополучия населения;
- суть и способы процессов абстрактного мышления, анализа, синтеза;
- современные проблемы в области руководства коллективом в сфере своей профессиональной деятельности;
- основные характеристики коллектива, его особенности, стадии развития;
- системы управления и организацию труда в здравоохранении; статистику состояния здоровья населения;
- основы экономики, организации труда и управления;
- основы медицинского маркетинга;

– основы страховой медицины; основы функционирования бюджетно-страховой медицины и добровольного медицинского страхования;

***уметь:***

– использовать современные методы управления медицинскими организациями;

– анализировать показатели, характеризующие здравоохранение, финансирования медицинских организаций и состояние здоровья населения, данные клиничко-социальных, социально-гигиенических, статистических исследований;

– анализировать, сопоставлять и обобщать содержание учебных дисциплин, ставить цели по совершенствованию и развитию своего интеллектуального и общекультурного уровня;

– выделять и систематизировать существенные свойства и связи предметов, отделять их от частных, не существенных;

– просчитывать риски, варианты и перспективы при наличии социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий;

– прогнозировать и планировать процесс управления коллективом в соответствии с его особенностями и профессиональными задачами;

– анализировать учебные и профессиональные тексты;

– анализировать и систематизировать любую поступающую информацию; выявлять основные закономерности изучаемых объектов;

– проводить анализ методов и принципов медицинского маркетинга;

– использовать методы маркетингового анализа для достижения оптимальных показателей управленческой деятельности;

– совершенствовать маркетинговую деятельность медицинских организаций на основании анализа и оценки экономических показателей общественного здоровья, современных подходов маркетинга;

***сформировать навыки:***

– владения информационными технологиями;

– абстрактного мышления, анализа, синтеза;

– сбора, обработки информации по учебным и профессиональным проблемам;

– выбора методов и средств решения учебных и профессиональных задач;

– владения методами критического анализа при решении профессиональных задач;

– владения приемами делового общения; методикой подготовки и проведения публичного выступления;

– владения методами экономического анализа состояния медицинской организации;

– владения методами управленческого анализа;

– владения методами маркетингового анализа;

– владения методами маркетингового планирования деятельности медицинских организаций.

**Карта формирующих компетенций (или их частей) дисциплины**

№ п/п	Индекс, содержание компетенции	Планируемый результат обучения по дисциплине		
		Знать	Уметь	Навыки
1.	готовностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (УК-1)	суть и способы процессов абстрактного мышления, анализа, синтеза	анализировать, сопоставлять и обобщать содержание учебных дисциплин, ставить цели по совершенствованию и развитию своего интеллектуального и общекультурного уровня; выделять и систематизировать существенные свойства и связи предметов, отделять их от частных, не существенных; анализировать учебные и профессиональные тексты; анализировать и систематизировать любую поступающую информацию; выявлять основные закономерности изучаемых объектов	абстрактного мышления, анализа, синтеза; навыками сбора, обработки информации по учебным и профессиональным проблемам; выбора методов и средств решения учебных и профессиональных задач
2.	готовностью к управлению коллективом, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (УК-2)	современные проблемы в области руководства коллективом в сфере своей профессиональной деятельности; основные характеристики коллектива, его особенности, стадии развития;	просчитывать риски, варианты и перспективы при наличии социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий; прогнозировать и планировать процесс управления коллективом в соответствии с его особенностями и профессиональными задачами	владения методами критического анализа при решении профессиональных задач; владения приемами делового общения; методикой подготовки и проведения публичного выступления
3.	готовность к применению основных принципов	нормативные правовые акты, регулирующие вопросы	использовать современные методы управления медицинскими	владения методами планирования деятельности медицинских

№ п/п	Индекс, содержание компетенции	Планируемый результат обучения по дисциплине		
		Знать	Уметь	Навыки
	организации и управления в сфере охраны здоровья граждан, в медицинских организациях и их структурных подразделениях (ПК-5)	здравоохранения; системы управления и организацию труда в здравоохранении; статистику состояния здоровья населения; основы экономики, организации труда и управления; основы менеджмента в здравоохранении	организациями; вести медицинскую документацию; анализировать свою работу, составлять по ней отчеты	организаций; владения методами управленческого анализа
4.	готовность к оценке качества оказания медицинской помощи с использованием основных медико-статистических показателей (ПК-6)	организацию статистической службы на различных иерархических уровнях	анализировать показатели, характеризующие здравоохранение, финансирования медицинских организаций и состояние здоровья населения, данные клинико-социальных, социально-гигиенических, статистических исследований	в достаточном объеме математико-статистическими методами для решения профессиональных задач; владения информационными технологиями
5.	готовность к оценке экономических и финансовых показателей, применяемых в сфере охраны здоровья граждан (ПК-8)	организацию труда, планово-экономической и финансовой деятельности МО	уметь проводить экономический анализ состояния медицинской организации	владения методами маркетингового планирования деятельности медицинских организаций

### **Содержание дисциплины:**

Тема 1. Маркетинг в здравоохранении как наука. История становления научных основ маркетинга в здравоохранении.

Тема 2. Принципы ценообразования в здравоохранении.

Тема 3. Определение издержек при оказании медицинских услуг.

Тема 4. Продвижение медицинских услуг.

Тема 5. Современные концепции маркетинга в здравоохранении.