



Компонент образовательной программы

Образовательная программа утверждена

Решением Ученого совета

ГБУ «НИИОЗММ ДЗМ»

Протокол от 25.08.2023 г. № 2.1

с изменениями и (или) дополнениями

от 31.01.2024 г. Протокол № 1

Аннотация к рабочей программе дисциплины

**ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА В МЕДИЦИНСКОЙ
ОРГАНИЗАЦИИ**

по направлению подготовки

09.04.02 Информационные системы и технологии

направленность (профиль): **Информационные системы и технологии в
здравоохранении**

(квалификация выпускника: магистр)

Форма обучения: очная

1. Код и наименование дисциплины (модуля): Б1.О.5 Основы менеджмента и маркетинга в медицинской организации.

2. Уровень высшего образования: магистратура.

3. Направление подготовки: 09.04.02 Информационные системы и технологии, направленность (профиль): Информационные системы и технологии в здравоохранении.

4. Цель изучения дисциплины (модуля): ознакомление обучающихся с теоретическими и практическими знаниями об основах менеджмента и маркетинга, выработка у них умений, необходимых для управления учреждениями здравоохранения с учетом передового отечественного и зарубежного опыта.

5. Задачи дисциплины (модуля):

- Формирование знаний об основах менеджмента и маркетинга;
- Изучение принципов управления организацией, ознакомление с понятиями «планирование», «прогнозирование», «целеполагание», «организация», «контроль», «координация»;
- Знакомство с основными требованиями к делегированию полномочий и практическими способами его применения; изучение технологии контроля; ознакомление с понятиями «мотивация» (внешняя и внутренняя), «потребности», «мотивы», «стимулы» и «стимулирование»;
- Формирование современного управленческого мышления через понятие эффективность управления; изучение организационных структур управления, содержания формальной и реальной власти, знакомство с составляющими эффективного менеджмента; изучение концепций лидерского поведения: с позиции личных качеств, ситуационный подход, поведенческий подход
- Знакомство с понятием «миссия организации»; изучение принципов построения миссии медицинской организации; ознакомление студентов с понятиями «корпоративная культура», «ценности»; схемы и атрибуты корпоративной культуры; технологии формирования ценностей организации.
- Формирование понятий: постановка задачи, планирование, построение процесса, получение данных, обработка данных, анализ данных, получение выводов.

6. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП: дисциплины (модули), обязательная часть, 1 курс обучения, 1 семестр.

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

В результате освоения программы магистратуры у выпускника должны быть сформированы: универсальные, общепрофессиональные компетенции.

В результате освоения указанной программы магистратуры выпускник должен обладать следующими компетенциями:

универсальными компетенциями:

– Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели (УК-3).

8. Планируемые результаты обучения

Магистр должен:

знать: Определение субъекта и объекта управления, место и роль самоменеджмента в управлении; современное состояние теории и практики менеджмента; что в себя включает понятие маркетинг, основные различия между маркетингом и менеджментом и что их объединяет; критерии и принципы сегментации рынка медицинских услуг; особенности сегментации российского рынка медицинских услуг; цикл принятия решения; факторы внешней и внутренней среды медицинской организации, способы их оценки значение анализа; способы воздействия на внешнюю и внутреннюю среду организации.

уметь: оценить процесс, описание организации деятельности с позиций теории менеджмента, разобраться в публикации, статье, посвященной менеджерам, понять и оценить суть; понять и оценить, как организована команда, планировать и разделять полномочия, организовать командную работу. применять основные теории мотивации; идентифицировать типы совместной деятельности в организации; формулировать цели медицинской организации в соответствии с критериями и требованиями к постановке целей; пользоваться базовой терминологией современного менеджмента; идентифицировать возможности рынка медицинских услуг в терминах потребительских выгод, свободных ниш, зон неудовлетворенности потребителей по исследуемым категориям медицинских услуг; осуществлять анализ маркетинговой среды медицинской организации; сегментировать и выделять целевую аудиторию потребителей; выделять и анализировать социальные и экономические факторы внешней среды организации.

владеть: базовой терминологией современного менеджмента; основными подходами методологии управления; механизмом составления программы саморазвития; способами планирования рабочего времени; знаниями о построении организационной структуры управления медицинской

организации; методами управленческих решений; основными подходами методологии управления; навыками анализа маркетинговой деятельности медицинской организации, использования современных инструментов, применяемых в проведении маркетинговой деятельности, получения и анализа необходимой информации.

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

№ п/п	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемый результат обучения по дисциплине		
			Знать	Уметь	Владеть
1.	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели (УК-3)	УК-3.1 УК-3.2. УК-3.3	УК-3.1: Знает основные условия эффективной командной работы; основы стратегического управления человеческими ресурсами; нормативные правовые акты, касающиеся организации и осуществления профессиональной деятельности; факторы формирования организационных отношений; стратегии и принципы командной работы, основные характеристики организационного климата и взаимодействие работников в организации	УК-3.2: Умеет определять стиль управления для эффективной командной работы; вырабатывать командную стратегию; применять принципы и методы организации командной деятельности	УК-3.3: Имеет практический опыт участия в разработке стратегии командной работы; участия в командной работе, распределения ролей в условиях командного взаимодействия

9. Содержание разделов и тем.

Тема 1. История возникновения менеджмента в России и за рубежом.

Исторические предпосылки возникновения менеджмента. Факторы возникновения менеджмента. Понятие менеджмента, его сущность. Школы менеджмента.

Тема 2. Менеджмент, как процесс управления.

Этапы развития управленческой мысли. 14 Принципов управления Файоля. 12 Принципов производительность Гаррингтона Эмерсона. Менеджмент как единый процесс взаимосвязанных функций. Понятие и развитие функций менеджмента. Содержание и характерные черты общих функций менеджмента. Виды менеджмента.

Тема 3. Прогнозирование и планирование деятельности медицинской организации.

Понятие планирования, как функции менеджмента. Планирование как управленческое решение. Методы планирования. Виды прогнозов. Методы прогнозирования. Критерии и показатели эффективности менеджмента. Экономическая эффективность. Контроль и корректировка планов.

Тема 4. Организация как объект управления.

Понятие «организация», происхождение данного понятия. Природные и социальные организации. Методология исследования социальной организации. Свойства организации как системы, организация как открытая система (целенаправленность, перманентность целеполагания, дискретность, цикличность, реверсивность, оперативность, гибкость, ротационность, корпоративность, коммуникационность, композиционность, комбинаторность, селективность, ингрессивность, конъюгированность, корреляционность, эгрессивность, эмерджентность). Понятие и классификация систем. Внешняя и внутренняя среда организации. Общие понятия о зависимостях, законах и закономерностях организации.

Необходимость организационного проектирования. Виды, этапы и методы проектирования организационных систем. Организационная структура лечебно-профилактических учреждений

Тема 5. Лидерство в управлении.

Понятие руководства, лидерства, власти и влияния. Формы и способы власти и влияния. Изучение различных подходов к оценке менеджмента. Отношения власти и подчинения, власть и контроль. Понятие руководства, лидерства, власти и влияния.

Теории лидерских качеств (поведенческие теории лидерства; ситуационные теории лидерства. Конфликты в организации.

Тема 6. История развития маркетинговой деятельности в здравоохранении.

Исторические этапы развития маркетинга. Основные понятия маркетинга. Теоретические основы развития маркетинга в здравоохранении. Предпосылки возникновения маркетинга в здравоохранении. Особенности применения маркетинга в российском здравоохранении. Социально-

экономическая сущность и содержание маркетинга. Функции маркетинга, цели маркетинга, концептуальные подходы ведения маркетинговой деятельности.

Тема 7. Маркетинговый цикл: составляющие понятия, условия реализации

Основные концепции маркетинга. SWOT-анализ. Маркетинговый синтез. Тактическое планирование. Маркетинговый контроль. Маркетинговая среда.

Тема 8. Маркетинговый комплекс в здравоохранении.

Разработка маркетингового комплекса. Продуктовая стратегия: медицинские услуги; услуги, их особенность как товара. Ценовая стратегия. Сбытовая стратегия. Коммуникационная стратегия. Основные направления стимулирования быта, продвижение услуг. Система ФОССТИС.

Тема 9. Рынок медицинских услуг и рыночные отношения в здравоохранении.

Сегментация рынка здравоохранения. Конъюнктура рынка. Целевой рынок и его выбор в здравоохранении. Оценка целевого сегмента. Маркетинговые среды в здравоохранении. Исследование рынка медицинских товаров и услуг. Маркетинговые исследования.

10. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

10.1. Литература

1. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / под редакцией Т.А. Лукичевой, Н.Н. Молчановой. - Москва : Юрайт, 2022. - 370 с.
2. Маркетинг : учебное пособие / А.М. Зобов, Е.А. Дегтерева, А.М. Чернышева. - Электронные текстовые данные. - Москва : РУДН, 2021. - 358 с.
3. Маркетинг в здравоохранении: учебно-методическое пособие / А.В. Фомина, М.И. Ликстанов. - М.: Изд-во РУДН, 2008. - 46 с
4. Маркетинг в здравоохранении: учебно-методическое пособие по изучению курса / А.В. Фомина, Е.В. Бивол. - Электронные текстовые данные. - Москва: РУДН, 2020. - 42 с. - ISBN 978-5-209-10424-7
5. Менеджмент в здравоохранении: учебное пособие / Под ред. М.М. Мухамбекова. - Электронные текстовые данные. – М.: Изд-во РУДН, 2012. - 372 с. - ISBN 978-5-209-04942-5.
6. Основы лин-менеджмента : учебное пособие / В.А. Чернова, А.В. Чернов. - Электронные текстовые данные. - Москва : РУДН, 2023. - 68 с.
7. Основы маркетинга : учебник / Ю.Н. Егоров. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 292 с.
8. Основы теории организации управления : учебное пособие / М.А. Игнацкая, Е.В. Лылова. - Электронные текстовые данные. - Москва : РУДН, 2020. - 128 с.

9. Развитие управленческого интеллекта : учебное пособие / Е.В. Колганова. - Электронные текстовые данные. - Москва : РУДН, 2023. - 73 с.

10. Руководство по антикризисному управлению изменениями "Бизнес-доктор" : учебное пособие / В.А. Латышев. - Электронные текстовые данные. - Москва : РУДН, 2021. - 163 с.

11. Управление качеством : учебное пособие / А.В. Чернов, В.А. Чернова. - Электронные текстовые данные. - Москва : РУДН, 2020. - 72 с.

12. Экономика здравоохранения: учебник / А.В. Решетников, В.М. Алексеева, С.А. Ефименко [и др.]; под общ. ред. А.В. Решетникова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ГЭОТАР-Медиа, 2015. - 192 с. - ISBN 978-5-9704-3136-8.

10.2. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

- Microsoft Office Стандартный 2010
- Microsoft Office 2016 Professional Plus
- Научная электронная библиотека elibrary.ru
- Научная электронная библиотека УНИБЦ (НБ) РУДН library@rudn.ru
- Научная электронная библиотека <https://cyberleninka.ru/>
- Сайт Департамента здравоохранения города Москвы. Режим доступа: <https://mosgorzdrav.ru/>, свободный.
- Официальный интернет-портал правовой информации. Государственная система правовой информации. Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/ips/>, свободный.
- Сайт Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека. Режим доступа: <https://rospotrebnadzor.ru/documents/documents.php>, свободный.
- Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/>, свободный.
- Сайт ГБУ «НИИОЗММ ДЗМ». Режим доступа: <http://niioz.ru/>, свободный.

Зарубежные ресурсы:

- Реферативная база научных публикаций Web of Science <http://www.webofscience.com>
- База Scopus scopus.com
- Всемирная полнотекстовая база PhD диссертаций Proquest <https://www.proquest.com/>
- Международная база данных научных периодических изданий Jstore <https://www.jstor.org/>