

ЕЛЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. И.А. БУНИНА



«УТВЕРЖДАЮ»

И.о.декана Медицинского
факультета

_____/Т.Ю. Петрищева/

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.02.02 Маркетинг в здравоохранении

Направление подготовки: 34.03.01 Сестринское дело

Направленность (профиль): Сестринское дело

Квалификация (степень): Академическая медицинская сестра (Академический медицинский брат)

Форма обучения: очная

Факультет: медицинский

Кафедра: фундаментальных медицинских и клинических дисциплин

	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
Курс	4		
Семестр/триместр	7		

Лекции	10		
Лабораторные занятия	-		
Практические (семинарские) занятия	10		
в т. ч. практическая подготовка	-		
Форма(ы) промежуточной аттестации	Зачет		
Контроль			
Иные формы работы	-		
Самостоятельная работа	88		

Всего часов: 108

Трудоемкость: 3 зачетные единицы.

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. Цель изучения дисциплины

Целями освоения дисциплины является формирование профессиональных компетенций, осуществляемых в медицинских организациях

1.2. Задачи изучения дисциплины:

Знать: современные методики сбора и обработки информации, необходимой для проведения научного исследования в области маркетинговой деятельности

Уметь: применять современные методики сбора и обработки маркетинговой информации, необходимой для осуществления профессиональной деятельности

Владеть: навыками применения современных методик сбора, обработки и анализа маркетинговой информации в профессиональной деятельности

Место дисциплины в структуре ОПОП: реализуется в рамках вариативной части блока Б1. Дисциплины (модули)

Планируемые результаты обучения по дисциплине:

ПКС-2 Способен к организации деятельности сестринского персонала, проведению исследований в области сестринского дела и разработке управленческих решений по повышению эффективности деятельности сестринской службы медицинских организаций	<p>Знает:</p> <p>методологию сестринского процесса, физиологические и психологические особенности пациентов, характеристику коллектива (семьи)</p> <p>знает основные симптомы и синдромы при заболеваниях органов кровообращения, дыхания, пищеварения, почек, эндокринной и кроветворной систем. Современные методы лабораторной и инструментальной диагностики</p> <p>основные патологические синдромы при заболеваниях органов кровообращения, дыхания, пищеварения, почек, эндокринной и кроветворной систем. Современные методы лабораторной и инструментальной диагностики.</p> <p>основные причины, клинические проявления, возможные осложнения, методы диагностики проблем пациента, организацию и оказание сестринской помощи, основ диетологии и эргономики.</p> <p>знать основные принципы при проведении диагностических процедур, в том числе принципы асептики и антисептики</p> <p>основные методы диагностики в терапевтической практике и подготовку больного к ним;</p> <p>методы диагностики, диагностические возможности методов непосредственного исследования больного ребенка, современные методы клинического, лабораторного, инструментального обследования больных (включая эндоскопические, ультразвуковую диагностику, иммунологическое и молекулярно-генетическое обследование</p> <p>Умеет:</p> <p>использовать все методы непосредственного исследования больных (расспрос, осмотр, пальпация, перкуссия, аускультация) при обследовании пациентов;</p> <p>грамотно излагать результаты непосредственного исследования больного в истории болезни.</p> <p>умеет интерпретировать результаты наиболее распространенных методов лабораторной и функциональной диагностики, термометрии.</p>
---	---

	<p>интерпретировать результаты наиболее распространенных методов лабораторной и функциональной диагностики, термометрии</p> <p>проводить диагностические процедуры, с записью результатов в медицинской документации</p> <p>уметь обеспечить необходимый перечень манипуляций при проведении диагностических процедур</p> <p>выполнять диагностические, лечебные, реанимационные, реабилитационные, профилактические, лечебно-оздоровительные, санитарно-гигиенические, санитарно-просветительные мероприятия в соответствии со своими профессиональными компетенциями, полномочиями, врачебными назначениями;</p> <ul style="list-style-type: none"> – подготовить пациента к лабораторным, функциональным, инструментальным исследованиям; – осуществлять антропометрию (измерение роста, веса и т.д.), термометрию, измерять артериальное давление, частоту пульса, дыхания, пальпацию внутренних органов (печень, почки), перкуссию (топографическую, сравнительную) внутренних органов (легкие, сердце, почки, печень и т.д.), выявление отеков, варикозного расширения вен, определение суточного диуреза; <p>поставить предварительный диагноз на основании проведенных диагностических манипуляций с последующей разработкой тактики сестринского процесса; подготовить пациента к исследованиям</p>
	<p>Владеет:</p> <p>навыками подготовки пациента к диагностическим процедурам</p> <p>владеет интерпретацией результатов лабораторно-инструментального исследования, демонстрирует навыки выполнения сестринских манипуляций (оказание медицинских услуг), подготовки пациента к диагностическим процедурам, навыки правильной оценки данных лабораторных методов исследования.</p> <p>интерпретацией результатов лабораторно-инструментального исследования</p> <p>Владеть умением обеспечивать основные сестринские манипуляции при проведении диагностических процедур методами общеклинического обследования в педиатрии;</p> <p>интерпретировать результаты лабораторных, инструментальных методов диагностики у детей</p>

II. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего	Аудиторные занятия			Сам. раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
1.	Содержание, цели и задачи маркетинга. Основные понятия и		2	2		15

	концепции маркетинга. Особенности маркетинга в сфере здравоохранения. Маркетинговая среда организации и её особенности в медицинских организациях.					
2.	Роль маркетинга в управлении организацией. Содержание и структура маркетингового процесса и его особенности в медицинской организации. Сбор и изучение маркетинговой информации в сфере здравоохранения.		2	2		15
3.	Поведение покупателей на рынке потребительских товаров и услуг и определяющие его факторы.		2	2		15
4.	Процесс принятия решения о покупке. Типы покупательского поведения и их особенности на рынке медицинских товаров и услуг. Маркетинговые задачи медицинских организаций.		2	2		15
5.	Сегментирование рынка и выбор целевых сегментов. Особенности сегментирования рынка медицинских товаров и услуг.		2	2		28
6.	<i>Контроль</i>					
7.	<i>Форма отчетности</i>	<i>зачет</i>				
8.	ИТОГО:	108	10	10		88

Очно-заочная форма обучения
(не реализуется)

Заочная форма обучения
(не реализуется)

III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Оценочные средства.

Темы рефератов

1. Доходность коммерческой деятельности учреждения здравоохранения:
 - а) Соотношение балансовой прибыли и себестоимости +
 - б) Соотношение прибыли и себестоимости
 - в) Фондооснащенность учреждения

2. К косвенным расходам (затратам) при оказании медицинских услуг относят:

- а) Оплата труда основного персонала
- б) Затраты на текущие хозяйственные цели +
- в) Материальные затраты, потребляемые в процессе оказания медицинской услуги

3 . Основу маркетинга составляют:

- а) Размер минимальной заработной платы,
- б) Потребности человека,
- в) Нормативно-правовые акты,
- г) Число безработных.

4 Основу маркетинга составляют:

- а) Качество жизни,
- б) Заболеваемость населения,
- в) Половозрастная структура населения,
- г) Нужды человека.

5 Основу маркетинга составляют:

- а) Налоги на деятельность и имущество организаций,
- б) Товары и услуги,
- в) Правовой и экономический рычаги управления,
- г) Равный доступ к ресурсам

6 Основу маркетинга составляют:

- а) Реклама,
- б) Деньги,
- в) Кадры,
- г) Обмен товарами и услугами

7 Основу маркетинга составляют:

- а) Отношения с поставщиком,
- б) Сокращение издержек производства,
- в) Сделки (коммерческий обмен),
- г) Исполнение обязательств перед потребителем

8 К основным функциям маркетинга относится:

- а) Кадровая политика,
- б) Формирование корпоративной культуры,
- в) Глубокие научно - практические исследования рынка и экономической конъюнктуры,
- г) Мотивация персонала

9 К основным функциям маркетинга относится:

- а) Разработка системы взысканий за нарушения трудового распорядка,
- б) Поиск оптовых покупателей,
- в) Централизация власти,
- г) Сегментация рынка

10 К основным функциям маркетинга относится:

- а) Информирование персонала о прибылях,
- б) Гибкое реагирование производства и сбыта на требование активного и потенциального спроса,
- в) Делопроизводство,
- г) Заключение трудовых договоров с испытательным сроком

Перечень вопросов к зачету

1. Предпосылки возникновения и развития маркетинга в здравоохранении как научной области знаний
2. Виды маркетинга в здравоохранении Маркетинг в системе охраны здоровья населения РФ.
3. Категории маркетинга. Основные функции маркетинга в здравоохранении.
4. Маркетинговая среда в здравоохранении: классификация факторов.
5. Основные факторы макро- и микросреды в здравоохранении.
6. Организация службы маркетинга в организациях здравоохранения. Принципы построения организационных структур.
7. Маркетинговые исследования в здравоохранении: классификация, основы проведения.
8. Оценка конкурентоспособности товаров и услуг медицинского назначения. Отличие конкурентоспособности услуги от конкурентоспособности организации.
9. Изучение конъюнктуры рынка товаров и услуг медицинского назначения.
10. Прогнозирование спроса на товары и услуги медицинского назначения. Расчет емкости рынка.
11. Особенности потребительского рынка в здравоохранении. Индивидуальные и коллективные потребители.
12. Система управления маркетингом.
13. Концепции управления организацией здравоохранения.
14. Критерии выбора целевого сегмента на рынке товаров и услуг медицинского назначения.
15. Принципы сегментирования в здравоохранении и их возможные сочетания.
16. Планирование маркетинга в организациях здравоохранения. Виды и элементы планов маркетинга.
17. Основные маркетинговые стратегии в здравоохранении.
18. Маркетинг-микс медицинской организации.
19. Особенности медицинских услуг. Классификация товаров и изделий медицинского назначения.
20. Производство, упаковка, маркировка и товарный знак продукции медицинского назначения
21. Потребительские свойства товаров и услуг медицинского назначения
22. Способы защиты товаров и услуг от фальсификации. Сущность патентования.
23. Особенности ценообразования в маркетинге здравоохранения. Методы ценообразования в здравоохранении.
24. Корректирование цен с учетом особенностей товарного ассортимента, сезонных скидок, психологии восприятия цены покупателем.
25. Факторы, влияющие на уровень цен в здравоохранении.
26. Особенности распределения товаров и услуг медицинского назначения.
27. Средства продвижения медицинских товаров и услуг: реклама, пропаганда, стимулирование спроса и личная продажа.
28. Особенности планирования комплекса продвижения товаров и услуг медицинского назначения.
29. Методы расчета затрат на продвижение товаров и услуг медицинского

назначения.

30. Оценка эффективности комплекса продвижения товаров и услуг медицинского назначения.

IV. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная учебная литература:

1 Реброва, Н. П. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст : электронный

// Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511398>

2. Столяров, С. А. Менеджмент в здравоохранении: учебник для вузов / С. А. Столяров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 764 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10638-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517837>

Дополнительная учебная литература:

1. Менеджмент в сестринском деле: учебное пособие для обучающихся по специальности Сестринское дело (уровень бакалавриата) / Е.В. Слотина; ФГБОУ ВО РязГМУ Минздрава России. – Рязань: ОТСиОП, 2019. – 247 с.

V. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№ пп	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	http://msu-russia.ru/cc/225.html	Официальные сайты субъектов Российской Федерации	В открытом доступе
2.	https://www.gks.ru/folder/210/document/13204	Регионы России. Социально-экономические показатели	В открытом доступе

VI. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

1.	http://www.biblioclub.ru	Электронно-библиотечная система (ЭБС)	Регистрация через любой
----	---	---------------------------------------	-------------------------

		Университетская библиотека онлайн	университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
2.	www.garant.ru	Информационно-правовой портал	Свободный доступ
3.	www.elibrary.ru	Российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования	Свободный доступ
4.	www.consultant.ru	Российская компьютерная справочно-правовая система	Свободный доступ

VII. ЛИЦЕНЗИОННОЕ И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При реализации учебной дисциплины применяется следующее лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office;
- LibreOffice и др.

VIII. ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные занятия проводятся в аудиториях, укомплектованных специализированной мебелью, в том числе стационарными или переносными техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа проводится в кабинетах, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.