



федеральное государственное
бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Тюменский государственный медицинский университет»
Министерства здравоохранения Российской Федерации
(ФГБОУ ВО Тюменский ГМУ Минздрава России)
Институт клинической медицины

Кафедра общественного здоровья и здравоохранения

УТВЕРЖДЕНО:

Проректор по учебно-методической
работе

Василькова Т.Н.

17 мая 2023 г.

Изменения и дополнения

УТВЕРЖДЕНО:

Проректор по учебно-методической
работе

Василькова Т.Н.

15 мая 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.05.04 МЕДИЦИНСКИЙ МАРКЕТИНГ

Специальность: 31.05.01 Лечебное дело

Формы обучения: очная

Квалификация (степень) выпускника: Врач-лечебник

Год набора: 2023

Срок получения образования: 6 лет

Объем: в зачетных единицах: 2 з.е.
в академических часах: 72 ак.ч.

Курс: 5 Семестры: 9

Разделы (модули): 2

Зачет: 9 семестр

Лекционные занятия: 14 ч.

Практические занятия: 34 ч.

Самостоятельная работа: 24 ч.

г. Тюмень, 2024

Разработчики:

Доцент кафедры общественного здоровья и здравоохранения, кандидат социологических наук, доцент
Кинчагулова М.В.

Рецензенты:

Скифская А.Л., к.социол.н., доцент; доцент кафедры маркетинга и муниципального управления ФГАОУ ВО «Тюменский индустриальный университет»

Путина Н.Ю., к.м.н.; главный врач государственного автономного учреждения здравоохранения Тюменской области «Городская поликлиника № 12»

Кныш О.И., д.м.н., профессор; заведующий кафедрой фармацевтических дисциплин ФГБОУ ВО «Тюменский ГМУ Минздрава России»

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по специальности 31.05.01 Лечебное дело, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 №988, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Врач-лечебник (врач-терапевт участковый)", утвержден приказом Минтруда России от 21.03.2017 № 293н.

Согласование и утверждение

| № | Подразделение или коллегиальный орган | Ответственное лицо | ФИО | Виза | Дата, протокол (при наличии) |
|---|--|-----------------------------------|-----------------|-------------|------------------------------|
| 1 | Методический совет по специальности 31.05.01 Лечебное дело | Председатель методического совета | Елфимов Д.А. | Согласовано | 26.04.2023, № 4 |
| 2 | Институт клинической медицины | Директор | Зотов П.Б. | Согласовано | 17.05.2023 |
| 3 | Центральный координационный методический совет | Председатель ЦКМС | Василькова Т.Н. | Согласовано | 17.05.2023, № 9 |

Актуализация

| № | Подразделение или коллегиальный орган | Ответственное лицо | ФИО | Виза | Дата, протокол (при наличии) |
|---|--|-----------------------------------|-----------------|-------------|------------------------------|
| 1 | Методический совет по специальности 31.05.01 Лечебное дело | Председатель методического совета | Елфимов Д.А. | Согласовано | 25.04.2024, № 4 |
| 2 | Центральный координационный методический совет | Председатель ЦКМС | Василькова Т.Н. | Согласовано | 15.05.2024, № 9 |

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - формирование у обучающихся системных представлений, умений и навыков в области маркетинга, необходимых для эффективной деятельности медицинской организации на основе применения маркетинговых технологий.

Дисциплина направлена на личностный рост обучающихся, развитие их профессиональных способностей, в соответствии с требованиями Профессионального стандарта «Врач-лечебник (врач-терапевт участковый)», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 21 марта 2017 г. № 293н.

Задачи изучения дисциплины:

- обеспечить понимание роли маркетинга для достижений целей организации и формирование компетентности по базовым категориям маркетинга в здравоохранении;
- ознакомить с принципами медицинского маркетинга;
- обучить навыкам выбора инструментов маркетинга для реализации текущих задач и стратегических целей в здравоохранении;
- способствовать овладению навыками принятия организационно-управленческих и экономических решений в конкретных условиях работы медицинской организации в целях повышения качества и доступности медицинской помощи;
- сформировать навыки проведения маркетинговых исследований, в том числе с использованием digital-технологий;
- обучить методам маркетингового анализа результатов деятельности.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

УК-1.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними

Знать:

УК-1.1/Зн1 методику анализа проблемной ситуации как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними

Уметь:

УК-1.1/Ум1 анализировать проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними

Владеть:

УК-1.1/Нв1 анализом проблемной ситуации как системы, выявляя ее составляющие и связи между ними

УК-1.2 Определяет пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектирует процессы по их устранению

Знать:

УК-1.2/Зн1 пути определения пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектирует процессы по их устранению

Уметь:

УК-1.2/Ум1 определять пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектирует процессы по их устранению

Владеть:

УК-1.2/Нв1 навыком определения пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектирует процессы по их устранению

УК-1.3 Критически оценивает надежность источников информации, работает с противоречивой информацией из разных источников

Знать:

УК-1.3/Зн1 способы критического оценивания надежности источников информации при работе с противоречивой информацией из разных источников

Уметь:

УК-1.3/Ум1 критически оценивать надежность источников информации, работая с противоречивой информацией из разных источников

Владеть:

УК-1.3/Нв1 критическим оцениванием надежности источников информации, работая с противоречивой информацией из разных источников

УК-1.4 Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов

Знать:

УК-1.4/Зн1 методы содержательного аргументирования стратегии решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов

Уметь:

УК-1.4/Ум1 разрабатывать стратегию решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов

Владеть:

УК-1.4/Нв1 содержательной аргументацией стратегии решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов

УК-1.5 Использует логико-методологический инструментарий для критической оценки современных концепций философского и социального характера в своей предметной области

Знать:

УК-1.5/Зн1 логико-методологический инструментарий для критической оценки современных концепций философского и социального характера в своей предметной области

Уметь:

УК-1.5/Ум1 критически оценивать современные концепции философского и социального характера в своей предметной области, используя логико-методологический инструментарий

Владеть:

УК-1.5/Нв1 навыками применения логико-методологического инструментария для критической оценки современных концепций философского и социального характера в своей предметной области

УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

УК-2.1 Формулирует на основе поставленной проблемы проектную задачу и способ ее решения через реализацию проектного управления

Знать:

УК-2.1/Зн1 основы проектного управления, задачи и способы решения проблем

Уметь:

УК-2.1/Ум1 формулировать проектную задачу и способ ее решения через реализацию проектного управления на основе поставленной проблемы

Владеть:

УК-2.1/Нв1 навыками формулирования проблемы проектной задачи и способами ее решения через реализацию проектного управления

УК-2.2 Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель, задачи, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения

Знать:

УК-2.2/Зн1 теоретические основы формулирования целей, задач, актуальности, значимости

Уметь:

УК-2.2/Ум1 формулировать цель, задачи, обосновывать актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения

Владеть:

УК-2.2/Нв1 навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы.

УК-2.3 Планирует необходимые ресурсы, в том числе с учетом их заменяемости

Знать:

УК-2.3/Зн1 требования к ресурсам проектного управления и их заменяемости

Уметь:

УК-2.3/Ум1 планировать необходимые ресурсы, в том числе с учетом их заменяемости

Владеть:

УК-2.3/Нв1 навыками планирования необходимых ресурсов, в том числе с учетом их заменяемости

УК-2.4 Разрабатывает план реализации проекта с использованием инструментов планирования

Знать:

УК-2.4/Зн1 теоретические основы планирования проекта с использованием инструментов планирования

Уметь:

УК-2.4/Ум1 разрабатывать план реализации проекта с использованием инструментов планирования

Владеть:

УК-2.4/Нв1 навыками разработки плана реализации проекта с использованием инструментов планирования

УК-2.5 Осуществляет мониторинг хода реализации проекта, корректирует отклонения, вносит дополнительные изменения в план реализации проекта, уточняет зоны ответственности участников проекта

Знать:

УК-2.5/Зн1 принципы осуществления мониторинга хода реализации проекта

Уметь:

УК-2.5/Ум1 вносить дополнительные изменения в план реализации проекта, уточнять зоны ответственности участников проекта

Владеть:

УК-2.5/Нв1 навыками мониторинга хода реализации проекта, корректировки их отклонения

УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-10.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике

Знать:

УК-10.1/Зн1 базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике

Уметь:

УК-10.1/Ум1 понимать базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике

Владеть:

УК-10.1/Нв1 базовыми принципами функционирования экономики и экономического развития, целями и формами участия государства в экономике

УК-10.2 Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски

Знать:

УК-10.2/Зн1 основы личного экономического и финансового планирования

Уметь:

УК-10.2/Ум1 применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей

Владеть:

УК-10.2/Нв1 навыками использования финансовых инструментов для управления личными финансами (личным бюджетом), контроля собственных экономических и финансовых рисков

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) Б1.В.ДВ.05.04 «Медицинский маркетинг» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах): 9.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к видам профессиональной деятельности и решению профессиональных задач, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

| Период обучения | Общая трудоемкость (часы) | Общая трудоемкость (ЗЕТ) | Контактная работа (часы, всего) | Лекционные занятия (часы) | Практические занятия (часы) | Самостоятельная работа (часы) | Промежуточная аттестация (часы) |
|-----------------|---------------------------|--------------------------|---------------------------------|---------------------------|-----------------------------|-------------------------------|---------------------------------|
| | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|-----------------|----|---|----|----|----|----|-------|
| Девятый семестр | 72 | 2 | 48 | 14 | 34 | 24 | Зачет |
| Всего | 72 | 2 | 48 | 14 | 34 | 24 | |

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

(часы промежуточной аттестации не указываются)

| Наименование раздела, темы | Всего | Лекционные занятия | в т.ч. Внеаудиторная контактная работа | Практические занятия | в т.ч. Внеаудиторная контактная работа | Самостоятельная работа | Планируемые результаты обучения, соотнесенные с результатами освоения программы |
|---|-----------|--------------------|--|----------------------|--|------------------------|---|
| Раздел 1. Модульная единица 1.1. Медицинский маркетинг как система | 36 | 8 | 2 | 16 | 6 | 12 | УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 |
| Тема 1.1. Маркетинг в здравоохранении: системный подход | 6 | 2 | 2 | 2 | | 2 | УК-1.4 УК-1.5 УК-2.1 |
| Тема 1.2. Планирование и организация маркетинговой деятельности | 8 | 2 | | 4 | 2 | 2 | УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4 |
| Тема 1.3. Маркетинговая среда медицинской организации | 10 | 2 | | 4 | 2 | 4 | УК-2.5 УК-10.1 УК-10.2 |
| Тема 1.4. Рынок медицинских услуг. Маркетинговые исследования. | 12 | 2 | | 6 | 2 | 4 | |
| Раздел 2. Модульная единица 1.2. Технологии медицинского маркетинга | 36 | 6 | | 18 | 4 | 12 | УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3 |
| Тема 2.1. Маркетинговые технологии. Digital-стратегии в медицинском маркетинге | 8 | 2 | | 4 | | 2 | УК-1.4 УК-1.5 УК-2.1 |
| Тема 2.2. Продвижение на рынке медицинских услуг и маркетинговые коммуникации | 14 | 2 | | 6 | 2 | 6 | УК-2.2 УК-2.3 УК-2.4 |
| Тема 2.3. Эффективность и результативность маркетинговых проектов в здравоохранении | 12 | 2 | | 6 | 2 | 4 | УК-2.5 УК-10.1 УК-10.2 |
| Тема 2.4. Зачет | 2 | | | 2 | | | |
| Итого | 72 | 14 | 2 | 34 | 10 | 24 | |

5.Содержание разделов, тем дисциплин и формы текущего контроля

Раздел 1. Модульная единица 1.1. Медицинский маркетинг как система
(Лекционные занятия - 8ч.; Практические занятия - 16ч.; Самостоятельная работа - 12ч.)

Тема 1.1. Маркетинг в здравоохранении: системный подход

(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 2ч.)

Понятие, цели, методы и функции маркетинга. Комплекс маркетинга. Системный подход к управлению маркетингом в здравоохранении. Особенности маркетинговой деятельности в здравоохранении. Принципы и основные понятия медицинского маркетинга. Социальный маркетинг. Брендинг. Имидж медицинской организации. Ориентация на потребителя и пациентоориентированность. Лояльность пациентов. Бренд-бук и фирменный стиль. Медицинский туризм и экспорт медицинских услуг. Биоэтический подход при осуществлении маркетинговой деятельности.

Внеаудиторная контактная работа

| Форма учебной деятельности | Вид работы | Содержание | Часы |
|----------------------------|---------------------|------------|------|
| Лекционные занятия | Видеолекция/Вебинар | | 2 |

Виды самостоятельной работы студентов (обучающихся)

| Вид работы | Содержание | Часы |
|--|---|------|
| Написание реферата, подготовка презентации, доклада, конспекта | Темы для самостоятельной подготовки докладов и сообщений 1. Исторический обзор становления маркетинга. 2. Вклад ученых в медицинский маркетинг. 3. Зарубежный опыт организации медицинского и фармацевтического маркетинга. 4. Концепции маркетинга: производственная ориентация, товарная ориентация, сбытовая ориентация, чистый маркетинг, социальный и социально-этический маркетинг. 5. Особенности маркетинга медицинской организации. 6. Биоэтический подход при осуществлении маркетинговой деятельности в сфере здравоохранения. | 2 |

Текущий контроль

| Вид (форма) контроля, оценочные материалы |
|--|
| Теоретические вопросы/Собеседование |
| Обзор литературы по теме, составление алгоритмов, проектная деятельность и др. |

Тема 1.2. Планирование и организация маркетинговой деятельности

(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 4ч.; Самостоятельная работа - 2ч.)

Сущность, виды и уровни планирования. Стратегии и план маркетинга. Основные элементы комплекса маркетинга. Стратегическое планирование маркетинга в здравоохранении. Этапы составления плана маркетинга медицинской организации. Организация маркетинга в здравоохранении.

Внеаудиторная контактная работа

| Форма учебной деятельности | Вид работы | Содержание | Часы |
|----------------------------|----------------------------|---|------|
| Практические занятия | Решение ситуационных задач | Решение тестов по теме Работа с контрольными вопросами по теме | 2 |

Виды самостоятельной работы студентов (обучающихся)

| Вид работы | Содержание | Часы |
|---|---|------|
| Поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной теме | Обзор источников по темам с целью изучения успешного опыта маркетинговых проектов в здравоохранении 1. Стратегический маркетинг в здравоохранении. 2. Маркетинговая служба медицинской организации. | 2 |

Текущий контроль

| Вид (форма) контроля, оценочные материалы |
|--|
| Теоретические вопросы/Собеседование |
| Выполнение индивидуального задания |
| Обзор литературы по теме, составление алгоритмов, проектная деятельность и др. |

Тема 1.3. Маркетинговая среда медицинской организации

(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 4ч.; Самостоятельная работа - 4ч.)

Среда организации. Факторы внешней среды медицинской организации. Внутренняя среда медицинской организации. Потребители медицинских услуг. Интернет-аудитория и принципы работы с ней. Анализ сильных и слабых сторон организации. Оценка возможностей и угроз. SWOT-анализ в здравоохранении.

Внеаудиторная контактная работа

| Форма учебной деятельности | Вид работы | Содержание | Часы |
|----------------------------|------------------------|-------------------------------------|------|
| Практические занятия | Проектная деятельность | Анализ внутренней среды организации | 2 |

Виды самостоятельной работы студентов (обучающихся)

| Вид работы | Содержание | Часы |
|---|--|------|
| Поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной теме | Анализ факторов окружающей среды медицинской организации | 4 |

Текущий контроль

| Вид (форма) контроля, оценочные материалы |
|--|
| Теоретические вопросы/Собеседование |
| Выполнение индивидуального задания |
| Обзор литературы по теме, составление алгоритмов, проектная деятельность и др. |

Тема 1.4. Рынок медицинских услуг. Маркетинговые исследования.

(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 6ч.; Самостоятельная работа - 4ч.)

Сущность и структура рынка медицинских услуг. Спрос и предложение на рынке медицинских услуг. Ценообразование на рынке медицинских услуг.

Сегментация на рынке медицинских услуг. Анализ рынка медицинских услуг. Конкуренция и конкурентоспособность на рынке медицинских услуг. Конкуренты с точки зрения целевой аудитории. Бенчмаркинг.

Сущность маркетингового исследования и его особенности в здравоохранении. Маркетинговая информация. Основные источники информации. Маркетинговый анализ и прогнозирование. Маркетинговый аудит. Маркетинговые метрики.

Внеаудиторная контактная работа

| Форма учебной деятельности | Вид работы | Содержание | Часы |
|----------------------------|------------------------|--------------------------------|------|
| Практические занятия | Проектная деятельность | Анализ рынка медицинских услуг | 2 |

Виды самостоятельной работы студентов (обучающихся)

| Вид работы | Содержание | Часы |
|---|---|------|
| Поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной теме | Маркетинговое исследование рынка медицинских услуг (на примере конкретной медицинской услуги или комплекса услуг) | 4 |

Текущий контроль

| Вид (форма) контроля, оценочные материалы | |
|--|--|
| Контрольная работа | |
| Теоретические вопросы/Собеседование | |
| Выполнение индивидуального задания | |
| Обзор литературы по теме, составление алгоритмов, проектная деятельность и др. | |

Раздел 2. Модульная единица 1.2. Технологии медицинского маркетинга

(Лекционные занятия - 6ч.; Практические занятия - 18ч.; Самостоятельная работа - 12ч.)

Тема 2.1. Маркетинговые технологии. Digital-стратегии в медицинском маркетинге

(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 4ч.; Самостоятельная работа - 2ч.)

Технологии маркетинга. Классические технологии маркетинга: сегментирование, таргетирование, позиционирование, анализ. Современные маркетинговые технологии. Digital-технологии в медицинском маркетинге. Стратегия digital-маркетинга. Бюджет маркетинга. План разработки и реализации стратегии digital-стратегии.

Виды самостоятельной работы студентов (обучающихся)

| Вид работы | Содержание | Часы |
|------------------------------------|--|------|
| Выполнение индивидуального задания | Обзор современных технологий медицинского маркетинга | 2 |

Текущий контроль

| Вид (форма) контроля, оценочные материалы | |
|---|--|
| Теоретические вопросы/Собеседование | |
| Выполнение индивидуального задания | |

Тема 2.2. Продвижение на рынке медицинских услуг и маркетинговые коммуникации

(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 6ч.; Самостоятельная работа - 6ч.)

Маркетинговые коммуникации на рынке медицинских услуг. Продвижение как элемент комплекса маркетинга. Инструменты интернет-продвижения медицинских услуг. Каналы привлечения посетителей в Интернете. Сайт медицинской организации. Мобильный маркетинг. SEO, рассылки, контекст. Маркетинг в социальных сетях. Способы взаимодействия в сети. Опыт интернет-коммуникаций на рынке медицинских услуг. Телемедицина.

Внеаудиторная контактная работа

| Форма учебной деятельности | Вид работы | Содержание | Часы |
|----------------------------|------------------------|---|------|
| Практические занятия | Проектная деятельность | Описание и анализ целевой интернет-аудитории Выбор каналов привлечения посетителей в интернете | 2 |

Виды самостоятельной работы студентов (обучающихся)

| Вид работы | Содержание | Часы |
|---|---|------|
| Поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной теме | Особенности интернет-продвижения медицинских услуг в государственной и частной системе здравоохранения. Каналы привлечения посетителей в Интернете. Интернет-аудитория и принципы работы с ней. Маркетинг в социальных сетях. | 4 |
| Написание реферата, подготовка презентации, доклада, конспекта | Каналы привлечения посетителей в Интернете. Интернет-аудитория и принципы работы с ней. Маркетинг в социальных сетях. | 2 |

Текущий контроль

| Вид (форма) контроля, оценочные материалы |
|--|
| Теоретические вопросы/Собеседование |
| Практическое задание |
| Обзор литературы по теме, составление алгоритмов, проектная деятельность и др. |

Тема 2.3. Эффективность и результативность маркетинговых проектов в здравоохранении (Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 6ч.; Самостоятельная работа - 4ч.)

Анализ и оценка эффективности маркетинговых проектов. Результативность маркетинговых стратегий. Анализ digital-продвижения медицинских услуг. Веб-аналитика и usability. Принятие управленческих решений на основе интернет-коммуникаций. Выбор эффективных способов интернет-коммуникаций. Управление проектами и изменениями в сфере digital-маркетинга в здравоохранении.

Внеаудиторная контактная работа

| Форма учебной деятельности | Вид работы | Содержание | Часы |
|----------------------------|------------------------|--|------|
| Практические занятия | Проектная деятельность | Анализ показателей эффективности интернет-маркетинга | 2 |

Виды самостоятельной работы студентов (обучающихся)

| Вид работы | Содержание | Часы |
|------------|------------|------|
|------------|------------|------|

| | | |
|---|--|---|
| Поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной теме | Выбор эффективных способов интернет-коммуникаций и разработка стратегии интернет-маркетинга. Веб-аналитика | 2 |
| Написание реферата, подготовка презентации, доклада, конспекта | Выбор эффективных способов интернет-коммуникаций и разработка стратегии интернет-маркетинга. Веб-аналитика | 2 |

Текущий контроль

| |
|--|
| Вид (форма) контроля, оценочные материалы |
| Контрольная работа |
| Теоретические вопросы/Собеседование |
| Выполнение индивидуального задания |
| Обзор литературы по теме, составление алгоритмов, проектная деятельность и др. |

Тема 2.4. Зачет

(Практические занятия - 2ч.)

Зачет

Текущий контроль

| |
|---|
| Вид (форма) контроля, оценочные материалы |
| Промежуточная аттестация |

6. Рекомендуемые образовательные технологии

При реализации различных видов учебной работы предусмотрены образовательные технологии, дающие наиболее эффективные результаты освоения дисциплины (модуля):

- Традиционные формы организации учебного процесса (лекция, практическое занятие и т.д.).
- Внеаудиторная контактная работа (вебинар, проектная деятельность, участие в научно-практических конференциях).
- Активные и интерактивные формы обучения (групповые и индивидуальные).

Лекции предусмотрены с использованием дистанционных информационных и телекоммуникационных технологий (вебинар, видео-лекция, аудио-лекции) с размещением на образовательных платформах, в том числе в Системе дистанционного обучения на базе системы управления курсами Moodle (Электронная образовательная система Moodle, далее по тексту - ЭОС Moodle). Практические занятия также предусмотрены в активной и интерактивной формах: воркшоп, перевернутый класс, «мозговой штурм», групповая дискуссия, анализ конкретных ситуаций, выполнение практических заданий.

Внеаудиторная контактная работа в виде проектной деятельности включает: поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной теме; решение ситуационных задач, решение тестовых заданий; разработка мультимедийных презентаций; написание рефератов (эссе), анализ статистических и фактических материалов по заданной теме, аналитический разбор научной литературы; анкетирование населения с последующим анализом и представлением результатов.

Контроль освоения учебного материала осуществляется преподавателем в виде: тестирования, интерактивный опроса, решения практических заданий, в том числе с использованием системы ЭОС Moodle .

Предусматривается самостоятельная работа с литературой. Изучение каждого раздела заканчивается собеседованием или тестовым контролем, решением ситуационных задач, подготовкой рефератов, проектной работой.

7. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

7.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Липсиц, И.В. Маркетинг: учебник / И.В. Липсиц. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2012. - 576 с. - ISBN 978-5-9704-2112-3. - Текст: электронный. // Geotar: [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970421123.html> (дата обращения: 03.08.2023). - Режим доступа: по подписке
2. Липсиц, И.В. Маркетинг: учебник / И.В. Липсиц. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2012. - 576 с. - ISBN 978-5-9704-2112-3. - Текст: электронный. // Geotar: [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970421123.html> (дата обращения: 25.04.2024). - Режим доступа: по подписке
3. Кучеренко, В.З. Общественное здоровье и здравоохранение, экономика здравоохранения: учебник / В.З. Кучеренко. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2013. - 160 с. - ISBN 978-5-9704-2415-5. - Текст: электронный. // Geotar: [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970424155.html> (дата обращения: 03.08.2023). - Режим доступа: по подписке
4. Кучеренко, В.З. Общественное здоровье и здравоохранение, экономика здравоохранения: учебник / В.З. Кучеренко. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2013. - 160 с. - ISBN 978-5-9704-2415-5. - Текст: электронный. // Geotar: [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970424155.html> (дата обращения: 25.04.2024). - Режим доступа: по подписке
5. Вялков, А.И. Управление и экономика здравоохранения: учебное пособие / А.И. Вялков. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2009. - 664 с. - ISBN 978-5-9704-0906-0. - Текст: электронный. // Geotar: [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970409060.html> (дата обращения: 03.08.2023). - Режим доступа: по подписке
6. Вялков, А.И. Управление и экономика здравоохранения: учебное пособие / А.И. Вялков. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2009. - 664 с. - ISBN 978-5-9704-0906-0. - Текст: электронный. // Geotar: [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970409060.html> (дата обращения: 25.04.2024). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. Маркетинг в сестринском деле: учебное пособие / А. А. Модестов, С. И. Максимова, Ю. С. Пац, А. С. Ямщиков. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2006. - 336 - Текст: непосредственный.
2. Маркетинговые исследования в здравоохранении: Учебно-методическое пособие для студентов факультета ВСО дневного, вечернего и заочного отделений с вложенным лазерным диском / ред. О. А. Васнецова. - М.: Авторская академия; Товарищество научных изданий КМК, 2008. - 209 - 978-5-87317-422-5. - Текст: непосредственный.
3. Решетников, А.В. Экономика здравоохранения: учебник / А.В. Решетников. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2015. - 192 с. - ISBN 978-5-9704-3136-8. - Текст: электронный. // Geotar: [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970431368.html> (дата обращения: 03.08.2023). - Режим доступа: по подписке
4. Решетников, А.В. Экономика здравоохранения: учебник / А.В. Решетников. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2015. - 192 с. - ISBN 978-5-9704-3136-8. - Текст: электронный. // Geotar: [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970431368.html> (дата обращения: 25.04.2024). - Режим доступа: по подписке

7.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

1. www.studentlibrary.ru - 1. «Консультант врача. Электронная медицинская библиотека»
2. <https://www.studentlibrary.ru/> - ЭБС "КОНСУЛЬТАНТ СТУДЕНТА"

3. <https://www.garant.ru/> - Гарант
4. <https://www.consultant.ru/> - Консультант плюс

Ресурсы «Интернет»

1. <https://femb.ru/> - Федеральная электронная медицинская библиотека
2. <https://www.elibrary.ru/> - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

7.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Для реализации образовательных программ открыт доступ к учебно-методическим материалам в системе поддержки дистанционного обучения – ЭОС Moodle. Студенты имеют доступ к учебно-методическим материалам кафедр. Для выполнения контрольных заданий, подготовки к практическим и семинарским занятиям, поиска необходимой информации широко используются возможности глобальной сети Интернет.

Студенты обучаются с использованием электронных репозиторий: преподаватели демонстрируют студентам обучающие и демонстрационные видеофильмы, предоставляют ссылки на информационный материал в сети Интернет, демонстрируют результаты своих научных разработок, научных конференций.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

1. СЭО ЗКЛ Русский Moodle;
2. Антиплагиат;
3. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса;
4. Программный продукт «1С: Университет ПРОФ»;
5. MS Office Professional Plus, Версия 2010,;
6. MS Office Standard, Версия 2013;
7. MS Windows Professional, Версия XP;
8. MS Windows Professional, Версия 7;
9. MS Windows Professional, Версия 8;
10. MS Windows Professional, Версия 10;
11. Программный продукт «1С: Управление учебным центром»;
12. MS Office Professional Plus, Версия 2013,;
13. MS Windows Remote Desktop Services - Device CAL, Версия 2012;
14. MS Windows Server - Device CAL, Версия 2012;
15. MS Windows Server Standard, Версия 2012;
16. MS Exchange Server Standard, Версия 2013;
17. MS Exchange Server Standard CAL - Device CAL, Версия 2013;
18. Kaspersky Security для виртуальных сред, Server Russian Edition;
19. MS Windows Server Standard - Device CAL, Версия 2013 R2;
20. MS SQL Server Standard Core, Версия 2016;
21. System Center Configuration Manager Client ML, Версия 16.06;
22. Программа для ЭВМ Statistica Ultimate Academic 13 сетевая на 5 пользователей ;
23. 1С:Документооборот государственного учреждения 8,;

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

1. Система «КонсультантПлюс»;

7.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

Университет располагает на праве собственности и ином законном основании материально-технической базой для обеспечения образовательной деятельности (помещения и оборудование) для реализации ОПОП ВО специалитета/направления подготовки по Блоку 1 «Дисциплины (модули)», Блоку 2 «Практики» (в части учебных практик) и Блоку 3 «Государственная итоговая аттестация» в соответствии с учебным планом.

Материально-техническая база соответствует действующим противопожарным правилам и нормам, обеспечивает проведение всех видов учебных занятий, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных рабочим учебным планом.

Учебные аудитории

Учебная аудитория №4 (УчК№3-3-30)

- демонстрационный экран - 1 шт.
- Доска аудиторная - 1 шт.
- мультимедийный проектор - 1 шт.
- Стол ученический - 18 шт.
- стул для преподавателя - 1 шт.
- Стул ученический - 36 шт.

Учебная аудитория №7 (УчК№3-3-20,21)

- доска флипчарт мобильная - 1 шт.
- кресло - 1 шт.
- Проектор - 1 шт.
- рециркулятор-облучатель - 1 шт.
- Стол круглый - 6 шт.
- Стол преподавателя - 1 шт.
- стул мягкий - 48 шт.
- экран - 1 шт.