

Рабочая программа учебной дисциплины Менеджмент и маркетинг в здравоохранении разработана на основании учебного плана по направлению подготовки 32.04.01 Общественное здравоохранение, утвержденного Ученым Советом Университета, протокол от «28» февраля 2023г., № 2; в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 32.04.01 Общественное здравоохранение, утвержденный Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «31» мая 2017г. № 485.

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения учебной дисциплины «Менеджмент и маркетинг в здравоохранении»: подготовка магистра, владеющего системой универсальных и профессиональных компетенций, способного и готового к осуществлению самостоятельной профессиональной деятельности в организациях, занятых в сфере здравоохранения, и их структурных подразделениях, а также комплекса необходимых умений, которые основаны на знании методов и принципов управления, формировании навыков организации и руководства трудовым коллективом медицинской организации, к осуществлению деятельности по анализу, обобщению и оценке проблем управления маркетинговой деятельностью медицинской организации.

Задачи освоения дисциплины «Менеджмент и маркетинг в здравоохранении»:

1. Обеспечить общепрофессиональную подготовку магистра, включая вопросы планирования, организации, мотивации и контроля деятельности медицинского персонала и медицинской организации, проведения комплексных исследований медицинских товаров и услуг с целью получения информации для принятия управленческих решений.

2. Овладение необходимым уровнем знаний технологических особенностей деятельности медицинского персонала при оказании различных видов медицинской помощи, управления трудовыми ресурсами в медицинской организации, организации управления маркетинговой деятельностью медицинской организации в современных условиях (применительно к ОМС, платным услугам), психологии взаимодействия с субъектами рыночных отношений, формирования маркетинговых коммуникаций.

3. Совершенствование знаний по вопросам организации работы с нормативной, учетно-отчетной медицинской документацией, анализа рабочих ситуаций и принятия обоснованных управленческих решений, регулирования рынка медицинских услуг, включая вопросы выработки и реализации маркетинговых стратегий и программ в условиях современных рыночных отношениях в разных секторах отечественного здравоохранения

4. Совершенствование знаний, умений, навыков по профессиональным дисциплинам в целях формирования умений по организации маркетинговых исследований, применяемых в условиях медицинской организации и сферы здравоохранения, развитию организации.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

Формируемые в процессе изучения учебной дисциплины компетенции

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (или ее части)
1	2
Менеджмент	ОПК-3. Способность реализовывать управленческие принципы в профессиональной деятельности
ИДОПК-3.1. выбирает эффективный стиль управления внутри организации ИДОПК-3.2. применяет основные функции менеджмента в своей профессиональной деятельности или для решения задач профессиональной деятельности ИДОПК-3.3. организует и управляет командным взаимодействием в решении поставленных целей и задач для эффективной деятельности медицинской организации	
Организационно-управленческая деятельность	ПК-2. Способен управлять структурным и (или) организационно-методическим подразделением медицинской организации
ИДПК-2.1. организует работу структурного подразделения медицинской организации, взаимодействует с руководством медицинской организации и другими подразделениями медицинской организации ИДПК-2.2. выстраивает организационно-функциональную структуру медицинской организации с позиции реализации системы менеджмента качества ИДПК-2.3. контролирует выполнение работниками структурного подразделения медицинской организации правил внутреннего трудового распорядка, санитарно-эпидемиологического режима	

3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.Б.12. «Менеджмент и маркетинг в здравоохранении» относится обязательным дисциплинам вариативной части блока Б1 Дисциплины, модули программы магистратуры по направлению подготовки 32.04.01 Общественное здравоохранение.

Материал дисциплины опирается на ранее приобретенные обучающимися знания по дисциплинам: Биоэтика и психология управления в здравоохранении, Организация подготовки кадров в здравоохранении

4. ТРУДОЕМКОСТЬ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ» И ВИДЫ КОНТАКТНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Трудоемкость	Количество часов в семестре	
	Объем в академических часах (час.)	3-й	4-й
1	2	3	4
Аудиторная (контактная) работа, в том числе:	44	28	16
лекции (Л)	14	8	6
практические занятия (ПЗ)	30	20	10
семинары (С)	-	-	-
лабораторные работы (ЛР)	-	-	-

1		2	3	4
Внеаудиторная работа		-	-	
Самостоятельная работа обучающегося (СРО)		64	44	20
Вид промежуточной аттестации	Зачет (З)	-	-	-
	Экзамен (Э)	36	-	36
ИТОГО: Общая трудоемкость	час.	144	72	72
	ЗЕТ	4	2	2

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Разделы учебной дисциплины и компетенции, которые должны быть освоены при их изучении

№ п/п	Индекс компетенции	Наименование раздела учебной дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах (темы разделов)
1	2	3	4
1	ОПК-3, ПК-2	Реализация управленческих принципов в профессиональной деятельности	<p>Введение в менеджмент. Основные понятия</p> <p>Основные функции управления организацией</p> <p>Управление ресурсами медицинской организацией</p> <p>Кадровый менеджмент. Организация труда медицинского персонала</p> <p>Современные основы функционирования организации</p> <p>Структура организации. Виды организационных структур</p> <p>Цели и функции управления. Организация и координация процесса управления</p> <p>Планирование как функция управления. Виды планирования</p> <p>Роль и содержание функции мотивации</p> <p>Контроль в управленческой деятельности</p> <p>Особенности коммуникационного процесса.</p> <p>Методология и организация процесса разработки управленческого решения</p> <p>Власть и личное влияние в управлении.</p> <p>Понятие о лидерстве. Конфликты в системе управления персоналом</p> <p>Характеристика группы. Групповые нормы</p>
2	ПК-2	Теоретические основы маркетинга	<p>Маркетинг как дисциплина и предмет изучения.</p> <p>Основные понятия маркетинговой деятельности</p> <p>Маркетинговая характеристика рынка в здравоохранении</p> <p>Маркетинговые исследования в здравоохранении</p> <p>Маркетинговые коммуникации в здравоохранении</p> <p>Место маркетинга в создании эффективной медицинской организации</p> <p>Медицинская услуга и ее основные черты</p> <p>Товарная политика в здравоохранении.</p> <p>Жизненный цикл товара</p> <p>Стратегии ценообразования в маркетинге</p>

1	2	3	4
			Маркетинговая информационная система и современные информационные технологии Маркетинговая среда медицинской организации Маркетинговые исследования рынка медицинских услуг. Сегментация рынка медицинских товаров и услуг Организация управления маркетингом в учреждениях здравоохранения Маркетинговые коммуникации в здравоохранении Рекламная деятельность в здравоохранении

5.2. Разделы учебной дисциплины «Менеджмент и маркетинг в здравоохранении», виды учебной деятельности и формы контроля

№ п/п	№ семестра	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу обучающихся (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости
			Л	ПЗ	СРО	всего	
1	2	3	4	5	6	7	8
1	3	Реализация управленческих принципов профессиональной деятельности	8	20	44	72	решение ситуационных задач, тестирование
2	4	Теоретические основы маркетинга	6	10	20	36	решение ситуационных задач, тестирование
Всего			14	30	64	108	

5.3. Название тем лекций и количество часов изучения учебной дисциплины «Менеджмент и маркетинг в здравоохранении».

№ п/п	Название тем лекций учебной дисциплины	Период обучения (семестр)	
		3-й	4-й
1	2	3	4
1	<i>Раздел 1. Реализация управленческих принципов в профессиональной деятельности</i>	8	-
1.1.	Введение в менеджмент. Основные понятия	2	-
1.2.	Основные функции управления организацией	2	-
1.3.	Управление ресурсами медицинской организацией	2	-
1.4.	Кадровый менеджмент. Организация труда медицинского персонала	2	
2	<i>Раздел 2. Теоретические основы маркетинга</i>	-	6
2.1.	Маркетинг как дисциплина и предмет изучения. Основные понятия маркетинговой деятельности	-	2
2.2.	Маркетинговые исследования в здравоохранении	-	2
2.3.	Маркетинговые коммуникации в здравоохранении	-	2
Всего		14	

5.4. Название тем практических занятий с указанием количества часов изучения учебной дисциплины «Менеджмент и маркетинг в здравоохранении».

№ п/п	Название тем практических занятий базовой части дисциплины по ФГОС и формы контроля	Период обучения (семестр)	
		3-й	4-й
1	2	3	
1	<i>Раздел 1. Реализация управленческих принципов в профессиональной деятельности</i>	20	-
1.1.	Современные основы функционирования организации	2	-
1.2.	Структура организации. Виды организационных структур	2	-
1.3.	Цели и функции управления. Организация и координация процесса управления	2	-
1.4.	Планирование как функция управления. Виды планирования	2	-
1.5.	Роль и содержание функции мотивации	2	-
1.6.	Контроль в управленческой деятельности	2	-
1.7.	Особенности коммуникационного процесса. Методология и организация процесса разработки управленческого решения	2	-
1.8.	Власть и личное влияние в управлении. Понятие о лидерстве.	2	-
1.9.	Конфликты в системе управления персоналом	2	-
1.10.	Характеристика группы. Групповые нормы	2	-
2	<i>Раздел 2. Теоретические основы маркетинга</i>	-	10
2.1.	Анализ рынка медицинских услуг. Спрос и предложение как элементы рынка медицинских услуг	-	2
2.2.	Товарная политика в здравоохранении. Стратегии ценообразования в маркетинге	-	2
2.3.	Маркетинговые исследования рынка медицинских услуг. Сегментация рынка медицинских товаров и услуг	-	2
2.4.	Организация управления маркетингом в учреждениях здравоохранения	-	2
2.5.	Маркетинговые коммуникации в здравоохранении	-	2
Всего		30	

5.5. Лабораторный практикум - не предусмотрен рабочим учебным планом

5.6. Самостоятельная работа обучающегося

№ п/п	№ семестра	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды СРО	Всего часов
1	2	3	4	5
1	3	Реализация управленческих принципов профессиональной деятельности	Подготовка к аудиторным занятиям. Работа с тестами и вопросами для самопроверки. Подготовка к текущему и промежуточному контролю знаний.	44

1	2	3	4	5
2	4	Теоретические основы маркетинга	Подготовка к аудиторным занятиям. Работа с тестами и вопросами для самопроверки. Подготовка к текущему и промежуточному контролю знаний.	20
Всего				64

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ»

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (в полном объеме представлен в приложении 2).

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в здравоохранении» в полном объеме представлен в приложении 1.

8. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература

Печатные источники:

№	Издания	Количество экземпляров в библиотеке
1	2	3
1.	1. Экономика здравоохранения : учебник / [А. В. Решетников и др.] ; под общ. ред. А. В. Решетникова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ГЭОТАР-Медиа, 2015. - 191[1] с. - Библиогр.: с. 188-191. - ISBN 978-5-9704-3136-8	241

Электронные источники

№	Издания
1	2
Основные источники	
1.	Основы медицинского менеджмента и маркетинга : учебное пособие / Петрова Н. Г. - Санкт-Петербург : Фолиант, 2018. - 352 с.

8.2. Дополнительная литература

Печатные источники - отсутствуют

Электронные источники

№	Издания
1	2
<i>Дополнительные источники</i>	
2.	Маркетинг в здравоохранении : учебник / Н. А. Савельева, А. В. Кармадонов, Т. Ю. Анопченко [и др.]. — Москва : Дашков и К, 2020. — 297 с. — ISBN 978-5-394-03794-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/107803.html
3.	Романов, А. И. Маркетинг и конкурентоспособность медицинской организации / А. И. Романов, В. В. Кеворков. - Москва : Дело, 2016. - 394 с. - Режим доступа: https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN_9785774911264.html .
4.	

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»

№ п/п	Сайты
1	2
Официальные сайты органов государственной власти	
1.	Официальный сайт Министерства здравоохранения РФ. – Режим доступа: http://www.rosminzdrav.ru/
2.	Официальный сайт Федерального фонда обязательного медицинского страхования. – Режим доступа: http://www.ffoms.ru/
3.	Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения. – Режим доступа: http://www.roszdravnadzor.ru/
4.	Официальный сайт Министерства промышленности и торговли РФ. – Режим доступа: http://www.minpromtorg.gov.ru/
5.	Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии. – Режим доступа: http://www.gost.ru/
6.	Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека. – Режим доступа: http://rospotrebnadzor.ru/
7.	Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. – Режим доступа: http://www.gks.ru/
8.	Официальный сайт Правительства Саратовской области. – Режим доступа: http://www.saratov.gov.ru/
9.	Официальный сайт министерства здравоохранения Саратовской области. – Режим доступа: http://www.minzdrav.saratov.gov.ru/
10.	Официальный интернет-портал правовой информации. – Режим доступа: http://www.pravo.gov.ru/
Справочные ресурсы	
11.	Справочная система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru/
12.	Справочная система «Гарант». – Режим доступа: http://www.garant.ru/
Центры маркетинговых исследований	
13.	RMBC. – Режим доступа: http://www.rmbc.ru/
14.	DSM Group. – Режим доступа: http://www.dsm.ru/
Базы данных	
15.	Библиографическая и реферативная база данных Scopus. – Режим доступа: http://www.scopus.com/
16.	База данных Cochrane Library. – Режим доступа: http://www.cochranelibrary.com/
17.	eLibrary. – Режим доступа: http://www.elibrary.ru/

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины представлены в приложении 2.

11. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Интернет-адрес **страницы** **кафедры:**
<https://sgmu.ru/university/departments/departments/kafedra-ekonomiki-i-upravleniya-zdravookhraneniem-i-farmatsiey/>

11.1. Электронно-библиотечные системы, рекомендованные обучающимся для использования в учебном процессе.

Доступ к электронно-библиотечным системам (ЭБС), сформированным на основании прямых договоров и государственных контрактов с правообладателями на 2022-2023 гг.

1) ЭБС «Консультант студента» <http://www.studentlibrary.ru/> ООО «Политехресурс»
Контракт № 797КС/11-2022/414 от 21.12.2022, срок доступа до 31.12.2023

2) ЭБС «Консультант врача» <http://www.rosmedlib.ru/> ООО «Высшая школа организации и управления здравоохранением - Комплексный медицинский консалтинг»
Контракт № 762КВ/11-2022/413 от 21.12.2022, срок доступа до 31.12.2023

3) ЭБС IPRsmart <http://www.iprbookshop.ru/> ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа»
Лицензионный договор № 9193/22К/247 от 11.07.2022, срок доступа до 14.07.2023г.

4) Национальный цифровой ресурс «Рукопт» <http://www.rucont.lib.ru> ООО Центральный коллектор библиотек "БИБКОМ" Договор № 418 от 26.12.2022, срок доступа до 31.12.2023

11.2. Адреса сайтов, используемые для текущего и контрольного тестирования обучающихся по учебной дисциплине. Образовательный портал СГМУ, курс «Общественное здравоохранение». – Режим доступа: <http://el.sgm.ru>

11.3. Программное обеспечение:

Перечень лицензионного программного обеспечения	Реквизиты подтверждающего документа
Microsoft Windows	40751826, 41028339, 41097493, 41323901, 41474839, 45025528, 45980109, 46073926, 46188270, 47819639, 49415469, 49569637, 60186121, 60620959, 61029925, 61481323, 62041790, 64238801, 64238803, 64689895, 65454057, 65454061, 65646520, 69044252 – срок действия лицензий – бессрочно.
Microsoft Office	40751826, 41028339, 41097493, 41135313, 41135317, 41323901, 41474839, 41963848, 41993817, 44235762, 45035872, 45954400, 45980109, 46073926, 46188270, 47819639, 49415469, 49569637, 49569639, 49673030, 60186121, 60620959, 61029925, 61481323, 61970472, 62041790, 64238803, 64689898, 65454057 – срок действия лицензий – бессрочно.
Kaspersky Endpoint Security, Kaspersky Anti-Virus	№ лицензии 2В1Е-230301-122909-1-5885 с 2023-03-01 по 2024-03-10, количество объектов 3500.
CentOSLinux	Свободное программное обеспечение – срок действия лицензии – бессрочно
SlackwareLinux	Свободное программное обеспечение – срок действия лицензии – бессрочно
MoodleLMS	Свободное программное обеспечение – срок действия лицензии – бессрочно
DrupalCMS	Свободное программное обеспечение – срок действия лицензии – бессрочно

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в здравоохранении» представлено в приложении 3.

13. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Сведения о кадровом обеспечении, необходимом для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в здравоохранении» представлены в приложении 4.

14. ИНЫЕ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ


Учебно-методические материалы, необходимые для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в здравоохранении»:

- Методические рекомендации по проведению практических занятий для преподавателей по дисциплине


- Оценочные материалы для проведения текущего контроля по дисциплине

Разработчики:

зав. кафедрой экономики и управления
здравоохранением и фармацией,
д.м.н., профессор

 И.Г. Новокрещенова


доцент кафедры экономики и управления
здравоохранением и фармацией,
к.п.н., доцент

 И.В. Новокрещенов

доцент кафедры экономики и управления
здравоохранением и фармацией,
к.м.н.

 Н.А. Семикина

доцент кафедры экономики и управления
здравоохранением и фармацией,
к.м.н.

 В.В. Чунакова