



Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Саратовский государственный медицинский
университет имени В. И. Разумовского»
Министерства здравоохранения Российской Федерации

УТВЕРЖДАЮ

Директор Высшей школы управления
здоровьем, клинической психологии и
сестринского образования


О.Ю. Алешкина
«26» 04 2024 года

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Дисциплина: Маркетинг в здравоохранении

Направление подготовки: 34.04.01 Управление сестринской деятельностью

Квалификация: Магистр

1.1. КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции	Наименование индикаторов сформированности компетенции	Семестр	Номер задания
1.1	ОПК-3	Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в деятельность сестринской службы медицинской организации	<p>ИД 3.1 Знает сущность товарной политики, методы позиционирования медицинских товаров и услуг; методы ценообразования, внутренние и внешние факторы, определяющие цену медицинского товара или услуги; понятие маркетинговой информационной системы, источники маркетинговой информации и требования к ней; основные методики проведения маркетинговых исследований в условиях медицинской организации; особенности планирования маркетинговой деятельности в организации; задачи конкурентной политики в здравоохранении</p>	3	1, 3, 8, 9, 10, 11, 16, 17, 20
			<p>ИД 3.2 Умеет анализировать статистические данные для изучения основных тенденций и составления прогнозов; использовать компьютерные технологии обработки данных; использовать в практической деятельности результаты маркетинговых исследований товаров медицинского назначения и медицинских услуг; определять целевые рынки применительно к охране и восстановлению здоровья населения; анализировать конкурентоспособность медицинской организации; организовать процесс изучения субъектов рынка медицинских услуг.</p>		4, 5, 6, 7, 14
			<p>ИД 3.3 Владеет навыками отбора эффективного метода доведения информации до потребителей; навыками проектирования структуры маркетинговой службы медицинской организации; расчета и оценки экономических показателей деятельности</p>		2, 12, 13, 15, 18, 19

			<p>медицинских организаций; навыками расчета и анализа показателей, характеризующих маркетинговую деятельность медицинских организаций; навыками разработки маркетингового комплекса.</p>		
2.1	ПК-2	<p>Способен к организации деятельности (работы) подразделения, больницы (дома) сестринского ухода, хосписа и деятельности среднего и младшего медицинского персонала</p>	<p>ИД 2.1 Знает основные профилактические, диагностические, лечебные и реабилитационные мероприятия, используемые в медицинской организации (структурном подразделении) при оказании медицинской помощи пациентам; основы менеджмента в здравоохранении; правила ведения медицинской документации средним и младшим медицинским персоналом структурного подразделения (структура, состав и правила заполнения); управленческий и статистический учет в медицинской организации (виды, формы, порядок оформления, хранения, сроки и объем представления медицинской документации), в том числе в форме электронного документа; методы анализа показателей, характеризующих деятельность медицинской организации, и показателей, характеризующих состояние здоровья населения; правила и принципы управления персоналом; требования к содержанию и форме предоставления информации о деятельности медицинской организации; виды, формы, порядок оформления, хранения, сроки и объем представления медицинской документации, в том</p>	3	21, 22, 26, 28, 29, 30, 35, 40

			<p>числе в форме электронного документа; основы документирования организационно-управленческой деятельности медицинской организации; виды мотивирования и стимулирования работников; сущность маркетинговой деятельности организации здравоохранения; нормативное обеспечение и организация маркетинговой деятельности медицинской организации; принципы организации маркетинговой службы в современной организации. принципы внедрения инноваций в деятельность персонала.</p>		
			<p>ИД 2.2 Умеет организовывать и проводить оценку качества деятельности среднего и младшего медицинского персонала структурного подразделения медицинской организации в области профилактики, диагностики, лечения, реабилитации пациентов и ухода за ними; анализировать кадровый ресурс и определять потребность подразделения в кадровом обеспечении; принимать управленческие решения по финансовым, материально-техническим, административным, организационным и кадровым вопросам; вырабатывать цели, миссию, стратегию развития больницы (дома) сестринского ухода, хосписа; заполнять и хранить медицинскую документацию, в том числе в форме электронного документа; разрабатывать проекты локальных нормативных актов медицинской организации; применять принципы отбора и адаптации медицинского персонала в медицинской организации; обеспечивать организацию рабочих мест с учетом выполняемых функций в соответствии с требованиями охраны труда; использовать нормативные правовые акты при организации деятельности среднего и младшего медицинского персонала; организовывать на научной основе маркетинговую</p>		<p>23, 25, 27, 31, 34, 37</p>

		<p>деятельность; организовывать работу исполнителей в области сестринского дела в соответствии с социальной ответственностью и экономической целесообразностью в деятельности организации здравоохранения; самостоятельно работать с маркетинговой информацией; планировать и осуществлять маркетинговые мероприятия; анализировать полученные закономерности маркетингового исследования; делать обоснованные выводы и грамотно представлять полученные результаты. внедрять инновационные технологии в деятельность персонала.</p>		
		<p>ИД 2.3 Владеет навыками организации работы по рациональной расстановке и использованию среднего и младшего медицинского персонала структурного подразделения, оказывающего медицинскую помощь в организациях; навыками проведения работы по организации процессов оказания медицинской помощи средним и младшим медицинским персоналом медицинской организации; навыками по разработке проектов локальных актов медицинской организации; навыками принятия решений в области материально-технического обеспечения и бюджетного процесса больницы (дома) сестринского ухода, хосписа; навыками выстраивания деловых связей и координация сотрудничества с организациями различных организационно-правовых форм; навыками разработки и внедрения системы мотивации среднего и младшего медицинского персонала медицинской организации; навыками проведения работы по разработке проектов локальных актов медицинской организации; навыками ведения, учета и хранения медицинской документации, в том числе в форме электронного</p>		<p>24, 32, 33, 36, 38, 39</p>

			<p>документа;</p> <p>навыками формирования отчета, в том числе аналитического, о своей деятельности и результатах деятельности среднего и младшего медицинского персонала медицинской организации;</p> <p>навыками использования традиционных и современных технологий маркетинговой деятельности;</p> <p>изложения самостоятельной точки зрения, анализа и логического мышления, публичной речи, ведения дискуссий и круглых столов;</p> <p>основами экономических знаний и правовых знаний в профессиональной деятельности;</p> <p>навыками организации и проведения работы по внедрению инноваций в деятельность среднего и младшего медицинского персонала медицинской организации;</p> <p>навыками организации внедрения инноваций в деятельность персонала больницы (дома) сестринского ухода, хосписа.</p>		
--	--	--	---	--	--

1.2. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ ПО ТИПАМ И УРОВНЯМ СЛОЖНОСТИ

№ п/п	Код компетенции	Индикатор сформированности компетенции	Номер задания	Тип задания	Уровень сложности задания	Время выполнения (мин.)
1.	ОПК-3	<p>ИД 3.1 Знает сущность товарной политики, методы позиционирования медицинских товаров и услуг; методы ценообразования, внутренние и внешние факторы, определяющие цену медицинского товара или услуги;</p> <p>понятие маркетинговой информационной системы, источники маркетинговой информации и требования к ней;</p> <p>основные методики проведения маркетинговых исследований в условиях медицинской организации;</p>	1	Закрытый (задание с выбором ответа)	Базовый	3 мин.

		особенности планирования маркетинговой деятельности в организации; задачи конкурентной политики в здравоохранении				
2.	ОПК-3	ИД 3.3 Владеет навыками отбора эффективного метода доведения информации до потребителей; навыками проектирования структуры маркетинговой службы медицинской организации; расчета и оценки экономических показателей деятельности медицинских организаций; навыками расчета и анализа показателей, характеризующих маркетинговую деятельность медицинских организаций; навыками разработки маркетингового комплекса.	2	Закрытый (задание с выбором нескольких ответов)	Базовый	3 мин.
3.	ОПК-3	ИД 3.1 Знает сущность товарной политики, методы позиционирования медицинских товаров и услуг; методы ценообразования, внутренние и внешние факторы, определяющие цену медицинского товара или услуги; понятие маркетинговой информационной системы, источники маркетинговой информации и требования к ней; основные методики проведения маркетинговых исследований в условиях медицинской организации; особенности планирования маркетинговой деятельности в организации; задачи конкурентной политики в здравоохранении	3	Закрытый (задание с выбором ответа)	Базовый	3 мин.
4.	ОПК-3	ИД 3.2 Умеет анализировать статистические данные для изучения основных тенденций и составления прогнозов; использовать компьютерные технологии обработки данных; использовать в практической деятельности результаты маркетинговых исследований товаров медицинского назначения и медицинских услуг; определять целевые рынки применительно к	4	Закрытый (задание с выбором ответа)	Базовый	3 мин.

		охране и восстановлению здоровья населения; анализировать конкурентоспособность медицинской организации; организовать процесс изучения субъектов рынка медицинских услуг.				
5.	ОПК-3	ИД 3.2 Умеет анализировать статистические данные для изучения основных тенденций и составления прогнозов; использовать компьютерные технологии обработки данных; использовать в практической деятельности результаты маркетинговых исследований товаров медицинского назначения и медицинских услуг; определять целевые рынки применительно к охране и восстановлению здоровья населения; анализировать конкурентоспособность медицинской организации; организовать процесс изучения субъектов рынка медицинских услуг.	5	Закрытый (задание с выбором ответа)	Базовый	3 мин.
6.	ОПК-3	ИД 3.2 Умеет анализировать статистические данные для изучения основных тенденций и составления прогнозов; использовать компьютерные технологии обработки данных; использовать в практической деятельности результаты маркетинговых исследований товаров медицинского назначения и медицинских услуг; определять целевые рынки применительно к охране и восстановлению здоровья населения; анализировать конкурентоспособность медицинской организации; организовать процесс изучения субъектов рынка медицинских услуг.	6	Закрытый (на установление соответствия)	Базовый	3 мин.
7.	ОПК-3	ИД 3.2 Умеет анализировать статистические данные для изучения основных тенденций и составления прогнозов;	7	Закрытый (на установление последовательности)	Базовый	3 мин.

		использовать компьютерные технологии обработки данных; использовать в практической деятельности результаты маркетинговых исследований товаров медицинского назначения и медицинских услуг; определять целевые рынки применительно к охране и восстановлению здоровья населения; анализировать конкурентоспособность медицинской организации; организовать процесс изучения субъектов рынка медицинских услуг.				
8.	ОПК-3	ИД 3.1 Знает сущность товарной политики, методы позиционирования медицинских товаров и услуг; методы ценообразования, внутренние и внешние факторы, определяющие цену медицинского товара или услуги; понятие маркетинговой информационной системы, источники маркетинговой информации и требования к ней; основные методики проведения маркетинговых исследований в условиях медицинской организации; особенности планирования маркетинговой деятельности в организации; задачи конкурентной политики в здравоохранении	8	Закрытый (на установление соответствия)	Повышенный	5 мин.
9.	ОПК-3	ИД 3.1 Знает сущность товарной политики, методы позиционирования медицинских товаров и услуг; методы ценообразования, внутренние и внешние факторы, определяющие цену медицинского товара или услуги; понятие маркетинговой информационной системы, источники маркетинговой информации и требования к ней; основные методики проведения маркетинговых исследований в условиях медицинской организации;	9	Открытый (с развернутым ответом)	Повышенный	5 мин.

		особенности планирования маркетинговой деятельности в организации; задачи конкурентной политики в здравоохранении				
10.	ОПК-3	ИД 3.1 Знает сущность товарной политики, методы позиционирования медицинских товаров и услуг; методы ценообразования, внутренние и внешние факторы, определяющие цену медицинского товара или услуги; понятие маркетинговой информационной системы, источники маркетинговой информации и требования к ней; основные методики проведения маркетинговых исследований в условиях медицинской организации; особенности планирования маркетинговой деятельности в организации; задачи конкурентной политики в здравоохранении	10	Открытый (с развернутым ответом)	Повышенный	5 мин.
11.	ОПК-3	ИД 3.1 Знает сущность товарной политики, методы позиционирования медицинских товаров и услуг; методы ценообразования, внутренние и внешние факторы, определяющие цену медицинского товара или услуги; понятие маркетинговой информационной системы, источники маркетинговой информации и требования к ней; основные методики проведения маркетинговых исследований в условиях медицинской организации; особенности планирования маркетинговой деятельности в организации; задачи конкурентной политики в здравоохранении	11	Открытый (с развернутым ответом)	Повышенный	5 мин.
12.	ОПК-3	ИД 3.3 Владеет навыками отбора эффективного метода доведения информации до потребителей; навыками проектирования структуры маркетинговой службы медицинской организации; расчета и оценки экономических показателей	12	Закрытый (на установление соответствия)	Повышенный	5 мин.

		деятельности медицинских организаций; навыками расчета и анализа показателей, характеризующих маркетинговую деятельность медицинских организаций; навыками разработки маркетингового комплекса.				
13.	ОПК-3	ИД 3.3 Владеет навыками отбора эффективного метода доведения информации до потребителей; навыками проектирования структуры маркетинговой службы медицинской организации; расчета и оценки экономических показателей деятельности медицинских организаций; навыками расчета и анализа показателей, характеризующих маркетинговую деятельность медицинских организаций; навыками разработки маркетингового комплекса.	13	Закрытый (на установление последовательности)	Повышенный	5 мин.
14.	ОПК-3	ИД 3.2 Умеет анализировать статистические данные для изучения основных тенденций и составления прогнозов; использовать компьютерные технологии обработки данных; использовать в практической деятельности результаты маркетинговых исследований товаров медицинского назначения и медицинских услуг; определять целевые рынки применительно к охране и восстановлению здоровья населения; анализировать конкурентоспособность медицинской организации; организовать процесс изучения субъектов рынка медицинских услуг.	14	Закрытый (на установление последовательности)	Повышенный	5 мин.
15.	ОПК-3	ИД 3.3 Владеет навыками отбора эффективного метода доведения информации до потребителей; навыками проектирования структуры маркетинговой службы медицинской организации; расчета и оценки экономических показателей деятельности медицинских организаций; навыками расчета и анализа показателей,	15	Закрытый (на установление соответствия)	Высокий	10 мин.

		характеризующих маркетинговую деятельность медицинских организаций; навыками разработки маркетингового комплекса.				
16.	ОПК-3	ИД 3.1 Знает сущность товарной политики, методы позиционирования медицинских товаров и услуг; методы ценообразования, внутренние и внешние факторы, определяющие цену медицинского товара или услуги; понятие маркетинговой информационной системы, источники маркетинговой информации и требования к ней; основные методики проведения маркетинговых исследований в условиях медицинской организации; особенности планирования маркетинговой деятельности в организации; задачи конкурентной политики в здравоохранении	16	Закрытый (на установление последовательности)	Высокий	10 мин.
17.	ОПК-3	ИД 3.1 Знает сущность товарной политики, методы позиционирования медицинских товаров и услуг; методы ценообразования, внутренние и внешние факторы, определяющие цену медицинского товара или услуги; понятие маркетинговой информационной системы, источники маркетинговой информации и требования к ней; основные методики проведения маркетинговых исследований в условиях медицинской организации; особенности планирования маркетинговой деятельности в организации; задачи конкурентной политики в здравоохранении	17	Закрытый (на установление последовательности)	Высокий	10 мин.
18.	ОПК-3	ИД 3.3 Владеет навыками отбора эффективного метода доведения информации до потребителей; навыками проектирования структуры маркетинговой службы медицинской организации; расчета и оценки экономических показателей	18	Открытый (с развернутым ответом)	Высокий	10 мин.

		<p>деятельности медицинских организаций; навыками расчета и анализа показателей, характеризующих маркетинговую деятельность медицинских организаций; навыками разработки маркетингового комплекса.</p>				
19.	ОПК-3	<p>ИД 3.3 Владеет навыками отбора эффективного метода доведения информации до потребителей; навыками проектирования структуры маркетинговой службы медицинской организации; расчета и оценки экономических показателей деятельности медицинских организаций; навыками расчета и анализа показателей, характеризующих маркетинговую деятельность медицинских организаций; навыками разработки маркетингового комплекса.</p>	19	Открытый (с развернутым ответом)	Высокий	10 мин.
20.	ОПК-3	<p>ИД 3.1 Знает сущность товарной политики, методы позиционирования медицинских товаров и услуг; методы ценообразования, внутренние и внешние факторы, определяющие цену медицинского товара или услуги; понятие маркетинговой информационной системы, источники маркетинговой информации и требования к ней; основные методики проведения маркетинговых исследований в условиях медицинской организации; особенности планирования маркетинговой деятельности в организации; задачи конкурентной политики в здравоохранении</p>	20	Закрытый (на установление соответствия)	Высокий	10 мин.
21.	ПК-2	<p>ИД 2.1 Знает основные профилактические, диагностические, лечебные и реабилитационные мероприятия, используемые в медицинской организации (структурном подразделении) при оказании медицинской помощи пациентам; основы менеджмента в здравоохранении; правила ведения медицинской документации</p>	21	Закрытый (задание с выбором ответа)	Базовый	3 мин.

		<p>средним и младшим медицинским персоналом структурного подразделения (структура, состав и правила заполнения);</p> <p>управленческий и статистический учет в медицинской организации (виды, формы, порядок оформления, хранения, сроки и объем представления медицинской документации), в том числе в форме электронного документа;</p> <p>методы анализа показателей, характеризующих деятельность медицинской организации, и показателей, характеризующих состояние здоровья населения;</p> <p>правила и принципы управления персоналом;</p> <p>требования к содержанию и форме предоставления информации о деятельности медицинской организации;</p> <p>виды, формы, порядок оформления, хранения, сроки и объем представления медицинской документации, в том числе в форме электронного документа;</p> <p>основы документирования организационно-управленческой деятельности медицинской организации;</p> <p>виды мотивирования и стимулирования работников;</p> <p>сущность маркетинговой деятельности организации здравоохранения;</p> <p>нормативное обеспечение и организация маркетинговой деятельности медицинской организации;</p> <p>принципы организации маркетинговой службы в современной организации.</p> <p>принципы внедрения инноваций в деятельность персонала.</p>				
22.	ПК-2	ИД 2.1 Знает основные профилактические, диагностические, лечебные и реабилитационные	22	Закрытый (задание с выбором ответа)	Базовый	3 мин.

	<p>мероприятия, используемые в медицинской организации (структурном подразделении) при оказании медицинской помощи пациентам;</p> <p>основы менеджмента в здравоохранении;</p> <p>правила ведения медицинской документации средним и младшим медицинским персоналом структурного подразделения (структура, состав и правила заполнения);</p> <p>управленческий и статистический учет в медицинской организации (виды, формы, порядок оформления, хранения, сроки и объем представления медицинской документации), в том числе в форме электронного документа;</p> <p>методы анализа показателей, характеризующих деятельность медицинской организации, и показателей, характеризующих состояние здоровья населения;</p> <p>правила и принципы управления персоналом;</p> <p>требования к содержанию и форме предоставления информации о деятельности медицинской организации;</p> <p>виды, формы, порядок оформления, хранения, сроки и объем представления медицинской документации, в том числе в форме электронного документа;</p> <p>основы документирования организационно-управленческой деятельности медицинской организации;</p> <p>виды мотивирования и стимулирования работников;</p> <p>сущность маркетинговой деятельности организации здравоохранения;</p> <p>нормативное обеспечение и организация маркетинговой деятельности медицинской организации;</p> <p>принципы организации маркетинговой службы в</p>				
--	---	--	--	--	--

		современной организации. принципы внедрения инноваций в деятельность персонала.				
23.	ПК-2	<p>ИД 2.2 Умеет организовывать и проводить оценку качества деятельности среднего и младшего медицинского персонала структурного подразделения медицинской организации в области профилактики, диагностики, лечения, реабилитации пациентов и ухода за ними; анализировать кадровый ресурс и определять потребность подразделения в кадровом обеспечении;</p> <p>принимать управленческие решения по финансовым, материально-техническим, административным, организационным и кадровым вопросам;</p> <p>вырабатывать цели, миссию, стратегию развития больницы (дома) сестринского ухода, хосписа;</p> <p>заполнять и хранить медицинскую документацию, в том числе в форме электронного документа;</p> <p>разрабатывать проекты локальных нормативных актов медицинской организации;</p> <p>применять принципы отбора и адаптации медицинского персонала в медицинской организации;</p> <p>обеспечивать организацию рабочих мест с учетом выполняемых функций в соответствии с требованиями охраны труда;</p> <p>использовать нормативные правовые акты при организации деятельности среднего и младшего медицинского персонала;</p> <p>организовывать на научной основе маркетинговую деятельность;</p> <p>организовывать работу исполнителей в области сестринского дела в соответствии с социальной ответственностью и экономической</p>	23	Закрытый (задание с выбором ответа)	Базовый	3 мин.

		<p>целесообразностью в деятельности организации здравоохранения;</p> <p>самостоятельно работать с маркетинговой информацией;</p> <p>планировать и осуществлять маркетинговые мероприятия;</p> <p>анализировать полученные закономерности маркетингового исследования;</p> <p>делать обоснованные выводы и грамотно представлять полученные результаты.</p> <p>внедрять инновационные технологии в деятельность персонала.</p>				
24.	ПК-2	<p>ИД 2.3 Владеет навыками организации работы по рациональной расстановке и использованию среднего и младшего медицинского персонала структурного подразделения, оказывающего медицинскую помощь в организациях;</p> <p>навыками проведения работы по организации процессов оказания медицинской помощи средним и младшим медицинским персоналом медицинской организации;</p> <p>навыками по разработке проектов локальных актов медицинской организации;</p> <p>навыками принятия решений в области материально-технического обеспечения и бюджетного процесса больницы (дома) сестринского ухода, хосписа;</p> <p>навыками выстраивания деловых связей и координация сотрудничества с организациями различных организационно-правовых форм;</p> <p>навыками разработки и внедрения системы мотивации среднего и младшего медицинского персонала медицинской организации;</p> <p>навыками проведения работы по разработке проектов локальных актов медицинской организации;</p>	24	Закрытый (задание с выбором ответа)	Базовый	3 мин.

		<p>навыками ведения, учета и хранения медицинской документации, в том числе в форме электронного документа;</p> <p>навыками формирования отчета, в том числе аналитического, о своей деятельности и результатах деятельности среднего и младшего медицинского персонала медицинской организации;</p> <p>навыками использования традиционных и современных технологий маркетинговой деятельности;</p> <p>изложения самостоятельной точки зрения, анализа и логического мышления, публичной речи, ведения дискуссий и круглых столов;</p> <p>основами экономических знаний и правовых знаний в профессиональной деятельности;</p> <p>навыками организации и проведения работы по внедрению инноваций в деятельность среднего и младшего медицинского персонала медицинской организации;</p> <p>навыками организации внедрения инноваций в деятельность персонала больницы (дома) сестринского ухода, хосписа.</p>				
25.	ПК-2	<p>ИД 2.2 Умеет организовывать и проводить оценку качества деятельности среднего и младшего медицинского персонала структурного подразделения медицинской организации в области профилактики, диагностики, лечения, реабилитации пациентов и ухода за ними;</p> <p>анализировать кадровый ресурс и определять потребность подразделения в кадровом обеспечении;</p> <p>принимать управленческие решения по финансовым, материально-техническим, административным, организационным и кадровым вопросам;</p>	25	Закрытый (задание с выбором нескольких ответов)	Базовый	3 мин.

		<p>вырабатывать цели, миссию, стратегию развития больницы (дома) сестринского ухода, хосписа;</p> <p>заполнять и хранить медицинскую документацию, в том числе в форме электронного документа;</p> <p>разрабатывать проекты локальных нормативных актов медицинской организации;</p> <p>применять принципы отбора и адаптации медицинского персонала в медицинской организации;</p> <p>обеспечивать организацию рабочих мест с учетом выполняемых функций в соответствии с требованиями охраны труда;</p> <p>использовать нормативные правовые акты при организации деятельности среднего и младшего медицинского персонала;</p> <p>организовывать на научной основе маркетинговую деятельность;</p> <p>организовывать работу исполнителей в области сестринского дела в соответствии с социальной ответственностью и экономической целесообразностью в деятельности организации здравоохранения;</p> <p>самостоятельно работать с маркетинговой информацией;</p> <p>планировать и осуществлять маркетинговые мероприятия;</p> <p>анализировать полученные закономерности маркетингового исследования;</p> <p>делать обоснованные выводы и грамотно представлять полученные результаты.</p> <p>внедрять инновационные технологии в деятельность персонала.</p>				
26.	ПК-2	ИД 2.1 Знает основные профилактические, диагностические, лечебные и реабилитационные мероприятия, используемые в медицинской организации (структурном подразделении) при	26	Закрытый (на установление последовательности)	Базовый	3 мин.

	<p>оказании медицинской помощи пациентам; основы менеджмента в здравоохранении; правила ведения медицинской документации средним и младшим медицинским персоналом структурного подразделения (структура, состав и правила заполнения); управленческий и статистический учет в медицинской организации (виды, формы, порядок оформления, хранения, сроки и объем представления медицинской документации), в том числе в форме электронного документа; методы анализа показателей, характеризующих деятельность медицинской организации, и показателей, характеризующих состояние здоровья населения; правила и принципы управления персоналом; требования к содержанию и форме предоставления информации о деятельности медицинской организации; виды, формы, порядок оформления, хранения, сроки и объем представления медицинской документации, в том числе в форме электронного документа; основы документирования организационно-управленческой деятельности медицинской организации; виды мотивирования и стимулирования работников; сущность маркетинговой деятельности организации здравоохранения; нормативное обеспечение и организация маркетинговой деятельности медицинской организации; принципы организации маркетинговой службы в современной организации. принципы внедрения инноваций в деятельность</p>				
--	--	--	--	--	--

		персонала.				
27.	ПК-2	<p>ИД 2.2 Умеет организовывать и проводить оценку качества деятельности среднего и младшего медицинского персонала структурного подразделения медицинской организации в области профилактики, диагностики, лечения, реабилитации пациентов и ухода за ними; анализировать кадровый ресурс и определять потребность подразделения в кадровом обеспечении;</p> <p>принимать управленческие решения по финансовым, материально-техническим, административным, организационным и кадровым вопросам;</p> <p>вырабатывать цели, миссию, стратегию развития больницы (дома) сестринского ухода, хосписа;</p> <p>заполнять и хранить медицинскую документацию, в том числе в форме электронного документа;</p> <p>разрабатывать проекты локальных нормативных актов медицинской организации;</p> <p>применять принципы отбора и адаптации медицинского персонала в медицинской организации;</p> <p>обеспечивать организацию рабочих мест с учетом выполняемых функций в соответствии с требованиями охраны труда;</p> <p>использовать нормативные правовые акты при организации деятельности среднего и младшего медицинского персонала;</p> <p>организовывать на научной основе маркетинговую деятельность;</p> <p>организовывать работу исполнителей в области сестринского дела в соответствии с социальной ответственностью и экономической целесообразностью в деятельности организации здравоохранения;</p>	27	Закрытый (на установление соответствия)	Базовый	3 мин.

		самостоятельно работать с маркетинговой информацией; планировать и осуществлять маркетинговые мероприятия; анализировать полученные закономерности маркетингового исследования; делать обоснованные выводы и грамотно представлять полученные результаты. внедрять инновационные технологии в деятельность персонала.				
28.	ПК-2	<p>ИД 2.1 Знает основные профилактические, диагностические, лечебные и реабилитационные мероприятия, используемые в медицинской организации (структурном подразделении) при оказании медицинской помощи пациентам; основы менеджмента в здравоохранении; правила ведения медицинской документации средним и младшим медицинским персоналом структурного подразделения (структура, состав и правила заполнения); управленческий и статистический учет в медицинской организации (виды, формы, порядок оформления, хранения, сроки и объем представления медицинской документации), в том числе в форме электронного документа; методы анализа показателей, характеризующих деятельность медицинской организации, и показателей, характеризующих состояние здоровья населения; правила и принципы управления персоналом; требования к содержанию и форме предоставления информации о деятельности медицинской организации; виды, формы, порядок оформления, хранения, сроки и объем представления медицинской документации, в том числе в форме электронного</p>	28	Закрытый (на установление соответствия)	Повышенный	5 мин.

		<p>документа; основы документирования организационно-управленческой деятельности медицинской организации; виды мотивирования и стимулирования работников; сущность маркетинговой деятельности организации здравоохранения; нормативное обеспечение и организация маркетинговой деятельности медицинской организации; принципы организации маркетинговой службы в современной организации. принципы внедрения инноваций в деятельность персонала.</p>				
29.	ПК-2	<p>ИД 2.1 Знает основные профилактические, диагностические, лечебные и реабилитационные мероприятия, используемые в медицинской организации (структурном подразделении) при оказании медицинской помощи пациентам; основы менеджмента в здравоохранении; правила ведения медицинской документации средним и младшим медицинским персоналом структурного подразделения (структура, состав и правила заполнения); управленческий и статистический учет в медицинской организации (виды, формы, порядок оформления, хранения, сроки и объем представления медицинской документации), в том числе в форме электронного документа; методы анализа показателей, характеризующих деятельность медицинской организации, и показателей, характеризующих состояние здоровья населения; правила и принципы управления персоналом; требования к содержанию и форме предоставления</p>	29	Закрытый (на установление последовательности)	Повышенный	5 мин.

		<p>информации о деятельности медицинской организации;</p> <p>виды, формы, порядок оформления, хранения, сроки и объем представления медицинской документации, в том числе в форме электронного документа;</p> <p>основы документирования организационно-управленческой деятельности медицинской организации;</p> <p>виды мотивирования и стимулирования работников;</p> <p>сущность маркетинговой деятельности организации здравоохранения;</p> <p>нормативное обеспечение и организация маркетинговой деятельности медицинской организации;</p> <p>принципы организации маркетинговой службы в современной организации.</p> <p>принципы внедрения инноваций в деятельность персонала.</p>				
30.	ПК-2	<p>ИД 2.1 Знает основные профилактические, диагностические, лечебные и реабилитационные мероприятия, используемые в медицинской организации (структурном подразделении) при оказании медицинской помощи пациентам;</p> <p>основы менеджмента в здравоохранении;</p> <p>правила ведения медицинской документации средним и младшим медицинским персоналом структурного подразделения (структура, состав и правила заполнения);</p> <p>управленческий и статистический учет в медицинской организации (виды, формы, порядок оформления, хранения, сроки и объем представления медицинской документации), в том числе в форме электронного документа;</p> <p>методы анализа показателей, характеризующих</p>	30	Открытый (с развернутым ответом)	Повышенный	5 мин.

		<p>деятельность медицинской организации, и показателей, характеризующих состояние здоровья населения;</p> <p>правила и принципы управления персоналом;</p> <p>требования к содержанию и форме предоставления информации о деятельности медицинской организации;</p> <p>виды, формы, порядок оформления, хранения, сроки и объем представления медицинской документации, в том числе в форме электронного документа;</p> <p>основы документирования организационно-управленческой деятельности медицинской организации;</p> <p>виды мотивирования и стимулирования работников;</p> <p>сущность маркетинговой деятельности организации здравоохранения;</p> <p>нормативное обеспечение и организация маркетинговой деятельности медицинской организации;</p> <p>принципы организации маркетинговой службы в современной организации.</p> <p>принципы внедрения инноваций в деятельность персонала.</p>				
31.	ПК-2	<p>ИД 2.2 Умеет организовывать и проводить оценку качества деятельности среднего и младшего медицинского персонала структурного подразделения медицинской организации в области профилактики, диагностики, лечения, реабилитации пациентов и ухода за ними;</p> <p>анализировать кадровый ресурс и определять потребность подразделения в кадровом обеспечении;</p> <p>принимать управленческие решения по финансовым, материально-техническим,</p>	31	Открытый (с развернутым ответом)	Повышенный	5 мин.

		<p>административным, организационным и кадровым вопросам;</p> <p>вырабатывать цели, миссию, стратегию развития больницы (дома) сестринского ухода, хосписа;</p> <p>заполнять и хранить медицинскую документацию, в том числе в форме электронного документа;</p> <p>разрабатывать проекты локальных нормативных актов медицинской организации;</p> <p>применять принципы отбора и адаптации медицинского персонала в медицинской организации;</p> <p>обеспечивать организацию рабочих мест с учетом выполняемых функций в соответствии с требованиями охраны труда;</p> <p>использовать нормативные правовые акты при организации деятельности среднего и младшего медицинского персонала;</p> <p>организовывать на научной основе маркетинговую деятельность;</p> <p>организовывать работу исполнителей в области сестринского дела в соответствии с социальной ответственностью и экономической целесообразностью в деятельности организации здравоохранения;</p> <p>самостоятельно работать с маркетинговой информацией;</p> <p>планировать и осуществлять маркетинговые мероприятия;</p> <p>анализировать полученные закономерности маркетингового исследования;</p> <p>делать обоснованные выводы и грамотно представлять полученные результаты.</p> <p>внедрять инновационные технологии в деятельность персонала.</p>				
32.	ПК-2	ИД 2.3 Владеет навыками организации работы по рациональной расстановке и использованию	32	Открытый (с развернутым ответом)	Повышенный	5 мин.

	<p>среднего и младшего медицинского персонала структурного подразделения, оказывающего медицинскую помощь в организациях;</p> <p>навыками проведения работы по организации процессов оказания медицинской помощи средним и младшим медицинским персоналом медицинской организации;</p> <p>навыками по разработке проектов локальных актов медицинской организации;</p> <p>навыками принятия решений в области материально-технического обеспечения и бюджетного процесса больницы (дома) сестринского ухода, хосписа;</p> <p>навыками выстраивания деловых связей и координация сотрудничества с организациями различных организационно-правовых форм;</p> <p>навыками разработки и внедрения системы мотивации среднего и младшего медицинского персонала медицинской организации;</p> <p>навыками проведения работы по разработке проектов локальных актов медицинской организации;</p> <p>навыками ведения, учета и хранения медицинской документации, в том числе в форме электронного документа;</p> <p>навыками формирования отчета, в том числе аналитического, о своей деятельности и результатах деятельности среднего и младшего медицинского персонала медицинской организации;</p> <p>навыками использования традиционных и современных технологий маркетинговой деятельности;</p> <p>изложения самостоятельной точки зрения, анализа и логического мышления, публичной речи, ведения дискуссий и круглых столов;</p>				
--	---	--	--	--	--

		<p>основами экономических знаний и правовых знаний в профессиональной деятельности;</p> <p>навыками организации и проведения работы по внедрению инноваций в деятельность среднего и младшего медицинского персонала медицинской организации;</p> <p>навыками организации внедрения инноваций в деятельность персонала больницы (дома) сестринского ухода, хосписа.</p>				
33.	ПК-1	<p>ИД 2.3 Владеет навыками организации работы по рациональной расстановке и использованию среднего и младшего медицинского персонала структурного подразделения, оказывающего медицинскую помощь в организациях;</p> <p>навыками проведения работы по организации процессов оказания медицинской помощи средним и младшим медицинским персоналом медицинской организации;</p> <p>навыками по разработке проектов локальных актов медицинской организации;</p> <p>навыками принятия решений в области материально-технического обеспечения и бюджетного процесса больницы (дома) сестринского ухода, хосписа;</p> <p>навыками выстраивания деловых связей и координация сотрудничества с организациями различных организационно-правовых форм;</p> <p>навыками разработки и внедрения системы мотивации среднего и младшего медицинского персонала медицинской организации;</p> <p>навыками проведения работы по разработке проектов локальных актов медицинской организации;</p> <p>навыками ведения, учета и хранения медицинской документации, в том числе в форме электронного документа;</p>	33	Закрытый (на установление последовательности)	Повышенный	5 мин.

		<p>навыками формирования отчета, в том числе аналитического, о своей деятельности и результатах деятельности среднего и младшего медицинского персонала медицинской организации;</p> <p>навыками использования традиционных и современных технологий маркетинговой деятельности;</p> <p>изложения самостоятельной точки зрения, анализа и логического мышления, публичной речи, ведения дискуссий и круглых столов;</p> <p>основами экономических знаний и правовых знаний в профессиональной деятельности;</p> <p>навыками организации и проведения работы по внедрению инноваций в деятельность среднего и младшего медицинского персонала медицинской организации;</p> <p>навыками организации внедрения инноваций в деятельность персонала больницы (дома) сестринского ухода, хосписа.</p>				
34.	ПК-2	<p>ИД 2.2 Умеет организовывать и проводить оценку качества деятельности среднего и младшего медицинского персонала структурного подразделения медицинской организации в области профилактики, диагностики, лечения, реабилитации пациентов и ухода за ними;</p> <p>анализировать кадровый ресурс и определять потребность подразделения в кадровом обеспечении;</p> <p>принимать управленческие решения по финансовым, материально-техническим, административным, организационным и кадровым вопросам;</p> <p>вырабатывать цели, миссию, стратегию развития больницы (дома) сестринского ухода, хосписа;</p> <p>заполнять и хранить медицинскую документацию,</p>	34	Закрытый (на установление последовательности)	Повышенный	5 мин.

		<p>в том числе в форме электронного документа; разрабатывать проекты локальных нормативных актов медицинской организации; применять принципы отбора и адаптации медицинского персонала в медицинской организации; обеспечивать организацию рабочих мест с учетом выполняемых функций в соответствии с требованиями охраны труда; использовать нормативные правовые акты при организации деятельности среднего и младшего медицинского персонала; организовывать на научной основе маркетинговую деятельность; организовывать работу исполнителей в области сестринского дела в соответствии с социальной ответственностью и экономической целесообразностью в деятельности организации здравоохранения; самостоятельно работать с маркетинговой информацией; планировать и осуществлять маркетинговые мероприятия; анализировать полученные закономерности маркетингового исследования; делать обоснованные выводы и грамотно представлять полученные результаты. внедрять инновационные технологии в деятельность персонала.</p>				
35.	ПК-2	<p>ИД 2.1 Знает основные профилактические, диагностические, лечебные и реабилитационные мероприятия, используемые в медицинской организации (структурном подразделении) при оказании медицинской помощи пациентам; основы менеджмента в здравоохранении; правила ведения медицинской документации</p>	35	Закрытый (на установление последовательности)	Высокий	10 мин.

		<p>средним и младшим медицинским персоналом структурного подразделения (структура, состав и правила заполнения);</p> <p>управленческий и статистический учет в медицинской организации (виды, формы, порядок оформления, хранения, сроки и объем представления медицинской документации), в том числе в форме электронного документа;</p> <p>методы анализа показателей, характеризующих деятельность медицинской организации, и показателей, характеризующих состояние здоровья населения;</p> <p>правила и принципы управления персоналом;</p> <p>требования к содержанию и форме предоставления информации о деятельности медицинской организации;</p> <p>виды, формы, порядок оформления, хранения, сроки и объем представления медицинской документации, в том числе в форме электронного документа;</p> <p>основы документирования организационно-управленческой деятельности медицинской организации;</p> <p>виды мотивирования и стимулирования работников;</p> <p>сущность маркетинговой деятельности организации здравоохранения;</p> <p>нормативное обеспечение и организация маркетинговой деятельности медицинской организации;</p> <p>принципы организации маркетинговой службы в современной организации.</p> <p>принципы внедрения инноваций в деятельность персонала.</p>				
36.	ПК-2	ИД 2.3 Владеет навыками организации работы по рациональной расстановке и использованию	36	Закрытый (на установление соответствия)	Высокий	10 мин.

	<p>среднего и младшего медицинского персонала структурного подразделения, оказывающего медицинскую помощь в организациях;</p> <p>навыками проведения работы по организации процессов оказания медицинской помощи средним и младшим медицинским персоналом медицинской организации;</p> <p>навыками по разработке проектов локальных актов медицинской организации;</p> <p>навыками принятия решений в области материально-технического обеспечения и бюджетного процесса больницы (дома) сестринского ухода, хосписа;</p> <p>навыками выстраивания деловых связей и координация сотрудничества с организациями различных организационно-правовых форм;</p> <p>навыками разработки и внедрения системы мотивации среднего и младшего медицинского персонала медицинской организации;</p> <p>навыками проведения работы по разработке проектов локальных актов медицинской организации;</p> <p>навыками ведения, учета и хранения медицинской документации, в том числе в форме электронного документа;</p> <p>навыками формирования отчета, в том числе аналитического, о своей деятельности и результатах деятельности среднего и младшего медицинского персонала медицинской организации;</p> <p>навыками использования традиционных и современных технологий маркетинговой деятельности;</p> <p>изложения самостоятельной точки зрения, анализа и логического мышления, публичной речи, ведения дискуссий и круглых столов;</p>				
--	---	--	--	--	--

		<p>основами экономических знаний и правовых знаний в профессиональной деятельности;</p> <p>навыками организации и проведения работы по внедрению инноваций в деятельность среднего и младшего медицинского персонала медицинской организации;</p> <p>навыками организации внедрения инноваций в деятельность персонала больницы (дома) сестринского ухода, хосписа.</p>				
37.	ПК-2	<p>ИД 2.2 Умеет организовывать и проводить оценку качества деятельности среднего и младшего медицинского персонала структурного подразделения медицинской организации в области профилактики, диагностики, лечения, реабилитации пациентов и ухода за ними;</p> <p>анализировать кадровый ресурс и определять потребность подразделения в кадровом обеспечении;</p> <p>принимать управленческие решения по финансовым, материально-техническим, административным, организационным и кадровым вопросам;</p> <p>вырабатывать цели, миссию, стратегию развития больницы (дома) сестринского ухода, хосписа;</p> <p>заполнять и хранить медицинскую документацию, в том числе в форме электронного документа;</p> <p>разрабатывать проекты локальных нормативных актов медицинской организации;</p> <p>применять принципы отбора и адаптации медицинского персонала в медицинской организации;</p> <p>обеспечивать организацию рабочих мест с учетом выполняемых функций в соответствии с требованиями охраны труда;</p> <p>использовать нормативные правовые акты при организации деятельности среднего и младшего</p>	37	Закрытый (на установление соответствия)	Высокий	10 мин.

		<p>медицинского персонала; организовывать на научной основе маркетинговую деятельность; организовывать работу исполнителей в области сестринского дела в соответствии с социальной ответственностью и экономической целесообразностью в деятельности организации здравоохранения; самостоятельно работать с маркетинговой информацией; планировать и осуществлять маркетинговые мероприятия; анализировать полученные закономерности маркетингового исследования; делать обоснованные выводы и грамотно представлять полученные результаты. внедрять инновационные технологии в деятельность персонала.</p>				
38.	ПК-2	<p>ИД 2.3 Владеет навыками организации работы по рациональной расстановке и использованию среднего и младшего медицинского персонала структурного подразделения, оказывающего медицинскую помощь в организациях; навыками проведения работы по организации процессов оказания медицинской помощи средним и младшим медицинским персоналом медицинской организации; навыками по разработке проектов локальных актов медицинской организации; навыками принятия решений в области материально-технического обеспечения и бюджетного процесса больницы (дома) сестринского ухода, хосписа; навыками выстраивания деловых связей и координация сотрудничества с организациями различных организационно-правовых форм;</p>	38	Открытый (с развернутым ответом)	Высокий	10 мин.

		<p>навыками разработки и внедрения системы мотивации среднего и младшего медицинского персонала медицинской организации;</p> <p>навыками проведения работы по разработке проектов локальных актов медицинской организации;</p> <p>навыками ведения, учета и хранения медицинской документации, в том числе в форме электронного документа;</p> <p>навыками формирования отчета, в том числе аналитического, о своей деятельности и результатах деятельности среднего и младшего медицинского персонала медицинской организации;</p> <p>навыками использования традиционных и современных технологий маркетинговой деятельности;</p> <p>изложения самостоятельной точки зрения, анализа и логического мышления, публичной речи, ведения дискуссий и круглых столов;</p> <p>основами экономических знаний и правовых знаний в профессиональной деятельности;</p> <p>навыками организации и проведения работы по внедрению инноваций в деятельность среднего и младшего медицинского персонала медицинской организации;</p> <p>навыками организации внедрения инноваций в деятельность персонала больницы (дома) сестринского ухода, хосписа.</p>				
39.	ПК-2	<p>ИД 2.3 Владеет навыками организации работы по рациональной расстановке и использованию среднего и младшего медицинского персонала структурного подразделения, оказывающего медицинскую помощь в организациях;</p> <p>навыками проведения работы по организации процессов оказания медицинской помощи средним</p>	39	Открытый (с развернутым ответом)	Высокий	10 мин.

	<p>и младшим медицинским персоналом медицинской организации;</p> <p>навыками по разработке проектов локальных актов медицинской организации;</p> <p>навыками принятия решений в области материально-технического обеспечения и бюджетного процесса больницы (дома) сестринского ухода, хосписа;</p> <p>навыками выстраивания деловых связей и координация сотрудничества с организациями различных организационно-правовых форм;</p> <p>навыками разработки и внедрения системы мотивации среднего и младшего медицинского персонала медицинской организации;</p> <p>навыками проведения работы по разработке проектов локальных актов медицинской организации;</p> <p>навыками ведения, учета и хранения медицинской документации, в том числе в форме электронного документа;</p> <p>навыками формирования отчета, в том числе аналитического, о своей деятельности и результатах деятельности среднего и младшего медицинского персонала медицинской организации;</p> <p>навыками использования традиционных и современных технологий маркетинговой деятельности;</p> <p>изложения самостоятельной точки зрения, анализа и логического мышления, публичной речи, ведения дискуссий и круглых столов;</p> <p>основами экономических знаний и правовых знаний в профессиональной деятельности;</p> <p>навыками организации и проведения работы по внедрению инноваций в деятельность среднего и младшего медицинского персонала медицинской</p>				
--	--	--	--	--	--

		организации; навыками организации внедрения инноваций в деятельность персонала больницы (дома) сестринского ухода, хосписа.				
40.	ПК-2	<p>ИД 2.1 Знает основные профилактические, диагностические, лечебные и реабилитационные мероприятия, используемые в медицинской организации (структурном подразделении) при оказании медицинской помощи пациентам;</p> <p>основы менеджмента в здравоохранении;</p> <p>правила ведения медицинской документации средним и младшим медицинским персоналом структурного подразделения (структура, состав и правила заполнения);</p> <p>управленческий и статистический учет в медицинской организации (виды, формы, порядок оформления, хранения, сроки и объем представления медицинской документации), в том числе в форме электронного документа;</p> <p>методы анализа показателей, характеризующих деятельность медицинской организации, и показателей, характеризующих состояние здоровья населения;</p> <p>правила и принципы управления персоналом;</p> <p>требования к содержанию и форме предоставления информации о деятельности медицинской организации;</p> <p>виды, формы, порядок оформления, хранения, сроки и объем представления медицинской документации, в том числе в форме электронного документа;</p> <p>основы документирования организационно-управленческой деятельности медицинской организации;</p> <p>виды мотивирования и стимулирования работников;</p>	40	Закрытый (на установление соответствия)	Высокий	10 мин.

		<p>сущность маркетинговой деятельности организации здравоохранения; нормативное обеспечение и организация маркетинговой деятельности медицинской организации; принципы организации маркетинговой службы в современной организации. принципы внедрения инноваций в деятельность персонала.</p>				
--	--	---	--	--	--	--

2.1. ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНИВАНИЯ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

Семестр	Шкала оценивания	
	«не зачтено»	«зачтено»
знать		
3	<p>Обучающийся не знает главные положения в изученном материале дисциплины. Обучающийся демонстрирует незнание и непонимание существа поставленных вопросов, незнание обязательной литературы. Обучающийся не знает сущность товарной политики, методы позиционирования медицинских товаров и услуг; методы ценообразования, внутренние и внешние факторы, определяющие цену медицинского товара или услуги; понятие маркетинговой информационной системы, источники маркетинговой информации и требования к ней; основные методики проведения маркетинговых исследований в условиях медицинской организации; особенности планирования маркетинговой деятельности в организации; задачи конкурентной политики в здравоохранении.</p> <p>Обучающийся не знает основные профилактические, диагностические, лечебные и реабилитационные мероприятия, используемые в медицинской организации (структурном подразделении) при оказании медицинской помощи пациентам; основы менеджмента в здравоохранении; правила ведения медицинской документации средним и младшим медицинским персоналом структурного подразделения (структура, состав и правила заполнения); управленческий и статистический учет в медицинской организации (виды, формы, порядок оформления, хранения, сроки и объем представления медицинской документации), в том числе в форме электронного документа; методы анализа показателей, характеризующих деятельность медицинской организации, и показателей, характеризующих состояние здоровья населения; правила и принципы управления персоналом; требования к со-</p>	<p>Обучающийся самостоятельно выделяет главные положения в изученном материале и способен дать краткую характеристику основным идеям проработанного материала дисциплины. Обучающийся дает полные, исчерпывающие и аргументированные ответы на все основные и дополнительные вопросы. Ответы на вопросы отличаются логичностью, четкостью, знанием понятийного аппарата и литературы по теме вопроса при незначительных упущениях при ответах. Допускаются незначительные упущения в ответах. Демонстрирует общее представление и понимание существа поставленных вопросов и обязательной литературы. Обучающийся знает сущность товарной политики, методы позиционирования медицинских товаров и услуг; методы ценообразования, внутренние и внешние факторы, определяющие цену медицинского товара или услуги; понятие маркетинговой информационной системы, источники маркетинговой информации и требования к ней; основные методики проведения маркетинговых исследований в условиях медицинской организации; особенности планирования маркетинговой деятельности в организации; задачи конкурентной политики в здравоохранении. Знает основные профилактические, диагностические, лечебные и реабилитационные мероприятия, используемые в медицинской организации (структурном подразделении) при оказании медицинской помощи пациентам; основы менеджмента в здравоохранении; правила ведения медицинской документации средним и младшим медицинским персоналом структурного подразделения (структура, состав и правила заполнения); управленческий и статистический учет в медицинской организации (виды, формы, порядок оформления, хранения, сроки и объем представления медицинской документации), в том числе в форме электронного документа;</p>

	<p>держанию и форме предоставления информации о деятельности медицинской организации; виды, формы, порядок оформления, хранения, сроки и объем представления медицинской документации, в том числе в форме электронного документа; основы документирования организационно-управленческой деятельности медицинской организации; виды мотивирования и стимулирования работников; сущность маркетинговой деятельности организации здравоохранения; нормативное обеспечение и организация маркетинговой деятельности медицинской организации; принципы организации маркетинговой службы в современной организации. принципы внедрения инноваций в деятельность персонала.</p>	<p>методы анализа показателей, характеризующих деятельность медицинской организации, и показателей, характеризующих состояние здоровья населения; правила и принципы управления персоналом; требования к содержанию и форме предоставления информации о деятельности медицинской организации; виды, формы, порядок оформления, хранения, сроки и объем представления медицинской документации, в том числе в форме электронного документа; основы документирования организационно-управленческой деятельности медицинской организации; виды мотивирования и стимулирования работников; сущность маркетинговой деятельности организации здравоохранения; нормативное обеспечение и организация маркетинговой деятельности медицинской организации; принципы организации маркетинговой службы в современной организации. принципы внедрения инноваций в деятельность персонала.</p>
<p>уметь</p>		
<p>3</p>	<p>Обучающийся не умеет применять основные положения теории маркетинга в работе персонала и руководителя подразделений учреждений. Организовать свою работу, определять и формулировать цели и задачи, связанные с реализацией профессиональных функций, организовать работу исполнителей. Не умеет разрабатывать маркетинговые мероприятия по повышению эффективности работы организации, анализировать и совершенствовать свои профессиональные способности. Обучающийся не умеет анализировать статистические данные для изучения основных тенденций и составления прогнозов; использовать компьютерные технологии обработки данных; использовать в практической деятельности результаты маркетинговых исследований товаров медицинского назначения и медицинских услуг; определять целевые рынки применительно к охране и восстановлению здоровья населения; анализировать конкурентоспособность медицинской организации; организовать процесс изучения субъектов рынка медицинских услуг. Обучающийся не умеет</p>	<p>Обучающийся умеет организовать свою работу, определять и формулировать цели и задачи, связанные с реализацией профессиональных функций, организовать работу исполнителей. Обучающийся умеет последовательно провести анализ проблемной ситуации, требующей применения маркетинговой стратегии. Умеет разрабатывать маркетинговые мероприятия по повышению эффективности работы организации, анализировать и совершенствовать свои профессиональные способности. Обучающийся умеет анализировать статистические данные для изучения основных тенденций и составления прогнозов; использовать компьютерные технологии обработки данных; использовать в практической деятельности результаты маркетинговых исследований товаров медицинского назначения и медицинских услуг; определять целевые рынки применительно к охране и восстановлению здоровья населения; анализировать конкурентоспособность медицинской организации; организовать процесс изучения субъектов рынка медицинских услуг. Обучающийся умеет организовывать и проводить оценку качества деятельности среднего и младшего медицинского персонала структурного подразделения медицинской организации в области</p>

	<p>организовывать и проводить оценку качества деятельности среднего и младшего медицинского персонала структурного подразделения медицинской организации в области профилактики, диагностики, лечения, реабилитации пациентов и ухода за ними;</p> <p>анализировать кадровый ресурс и определять потребность подразделения в кадровом обеспечении; принимать управленческие решения по финансовым, материально-техническим, административным, организационным и кадровым вопросам; выработать цели, миссию, стратегию развития больницы (дома) сестринского ухода, хосписа; заполнять и хранить медицинскую документацию, в том числе в форме электронного документа; разрабатывать проекты локальных нормативных актов медицинской организации; применять принципы отбора и адаптации медицинского персонала в медицинской организации; обеспечивать организацию рабочих мест с учетом выполняемых функций в соответствии с требованиями охраны труда; использовать нормативные правовые акты при организации деятельности среднего и младшего медицинского персонала; организовывать на научной основе маркетинговую деятельность; организовывать работу исполнителей в области сестринского дела в соответствии с социальной ответственностью и экономической целесообразностью в деятельности организации здравоохранения; самостоятельно работать с маркетинговой информацией; планировать и осуществлять маркетинговые мероприятия; анализировать полученные закономерности маркетингового исследования; делать обоснованные выводы и грамотно представлять полученные результаты, внедрять инновационные технологии в деятельность персонала.</p>	<p>профилактики, диагностики, лечения, реабилитации пациентов и ухода за ними; анализировать кадровый ресурс и определять потребность подразделения в кадровом обеспечении; принимать управленческие решения по финансовым, материально-техническим, административным, организационным и кадровым вопросам; выработать цели, миссию, стратегию развития больницы (дома) сестринского ухода, хосписа; заполнять и хранить медицинскую документацию, в том числе в форме электронного документа; разрабатывать проекты локальных нормативных актов медицинской организации; применять принципы отбора и адаптации медицинского персонала в медицинской организации; обеспечивать организацию рабочих мест с учетом выполняемых функций в соответствии с требованиями охраны труда; использовать нормативные правовые акты при организации деятельности среднего и младшего медицинского персонала; организовывать на научной основе маркетинговую деятельность; организовывать работу исполнителей в области сестринского дела в соответствии с социальной ответственностью и экономической целесообразностью в деятельности организации здравоохранения; самостоятельно работать с маркетинговой информацией; планировать и осуществлять маркетинговые мероприятия; анализировать полученные закономерности маркетингового исследования; делать обоснованные выводы и грамотно представлять полученные результаты, внедрять инновационные технологии в деятельность персонала.</p>
владеть		
3	Обучающийся не владеет навыками полноценно и	Обучающийся показывает глубокое и полное владение всем

грамотно оценить ситуацию, неправильно спланировал действия специалиста в предложенной ситуации, плохо ориентируется в основных вопросах специальности, установленных образовательным и профессиональным стандартом, или делает грубые ошибки при выполнении профессиональных действий, не может самостоятельно исправить ошибки Обучающийся не владеет навыками отбора эффективного метода доведения информации до потребителей; навыками проектирования структуры маркетинговой службы медицинской организации; расчета и оценки экономических показателей деятельности медицинских организаций; навыками расчета и анализа показателей, характеризующих маркетинговую деятельность медицинских организаций; навыками разработки маркетингового комплекса. Обучающийся не владеет навыками организации работы по рациональной расстановке и использованию среднего и младшего медицинского персонала структурного подразделения, оказывающего медицинскую помощь в организациях; навыками проведения работы по организации процессов оказания медицинской помощи средним и младшим медицинским персоналом медицинской организации; навыками по разработке проектов локальных актов медицинской организации; навыками принятия решений в области материально-технического обеспечения и бюджетного процесса больницы (дома) сестринского ухода, хосписа; навыками выстраивания деловых связей и координация сотрудничества с организациями различных организационно-правовых форм; навыками разработки и внедрения системы мотивации среднего и младшего медицинского персонала медицинской организации; навыками проведения работы по разработке проектов локальных актов медицинской организации; навыками ведения, учета и хранения медицинской документации, в том числе в форме электронного документа; навыками

объемом изучаемой дисциплины, владеет навыками правильно и полноценно оценивать ситуацию, определяет основные действия специалиста в предложенной ситуации, отвечает на заданные вопросы, демонстрирует достаточный уровень владения материалом в конкретной ситуации; допускаются некоторые неточности, которые самостоятельно или после указания на них исправляет, анализирует результаты собственных действий. Обучающийся владеет навыками отбора эффективного метода доведения информации до потребителей; навыками проектирования структуры маркетинговой службы медицинской организации; расчета и оценки экономических показателей деятельности медицинских организаций; навыками расчета и анализа показателей, характеризующих маркетинговую деятельность медицинских организаций; навыками разработки маркетингового комплекса. Обучающийся владеет навыками организации работы по рациональной расстановке и использованию среднего и младшего медицинского персонала структурного подразделения, оказывающего медицинскую помощь в организациях; навыками проведения работы по организации процессов оказания медицинской помощи средним и младшим медицинским персоналом медицинской организации; навыками по разработке проектов локальных актов медицинской организации; навыками принятия решений в области материально-технического обеспечения и бюджетного процесса больницы (дома) сестринского ухода, хосписа; навыками выстраивания деловых связей и координация сотрудничества с организациями различных организационно-правовых форм; навыками разработки и внедрения системы мотивации среднего и младшего медицинского персонала медицинской организации; навыками проведения работы по разработке проектов локальных актов медицинской организации; навыками ведения, учета и хранения медицинской документации, в том числе в форме электронного документа; навыками формирования отчета, в том числе аналитического, о своей деятельности и результатах деятельности среднего и младшего медицинского персонала медицинской организации; навыками использования традиционных и современных технологий

	<p>формирования отчета, в том числе аналитического, о своей деятельности и результатах деятельности среднего и младшего медицинского персонала медицинской организации; навыками использования традиционных и современных технологий маркетинговой деятельности; изложения самостоятельной точки зрения, анализа и логического мышления, публичной речи, ведения дискуссий и круглых столов; основами экономических знаний и правовых знаний в профессиональной деятельности; навыками организации и проведения работы по внедрению инноваций в деятельность среднего и младшего медицинского персонала медицинской организации; навыками организации внедрения инноваций в деятельность персонала больницы (дома) сестринского ухода, хосписа.</p>	<p>маркетинговой деятельности; изложения самостоятельной точки зрения, анализа и логического мышления, публичной речи, ведения дискуссий и круглых столов; основами экономических знаний и правовых знаний в профессиональной деятельности; навыками организации и проведения работы по внедрению инноваций в деятельность среднего и младшего медицинского персонала медицинской организации; навыками организации внедрения инноваций в деятельность персонала больницы (дома) сестринского ухода, хосписа.</p>
--	---	---

2.2. СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

Тип задания	Указания по оцениванию	Результат оценивания (баллы, полученные за выполнение задания/характеристика правильности ответа)
Задание закрытого типа на установление соответствия	Задание считается верно выполненным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
Задание закрытого типа на установление последовательности	Задание считается верно выполненным, если правильно указана вся последовательность цифр	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
Задание закрытого типа с выбором одного или нескольких вариантов ответа из предложенных	Задание считается верно выполненным, если правильно указана(-ы) цифра(-ы) ответа(-ов)	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
Задание закрытого типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора	Задание считается верно выполненным, если правильно указана цифра и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа.	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
Задание закрытого типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора	Задание считается верно выполненным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа.	1 балл – верно; 0 баллов – не верно

Задание открытого типа с развернутым ответом	Задание считается верно выполненным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте.*	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
--	---	--

****Оценивание заданий с развернутым ответом***

Критерии оценки при наличии эталонного ответа:

1. Правильность ответа (отсутствие фактических ошибок)
2. Полнота ответа (раскрытие объема используемых понятий)
3. Обоснованность ответа (наличие аргументов)
4. Логика изложения ответа (грамотная последовательность излагаемого материала)
5. Сопоставимость с эталонным ответом

**** Возможен другой вариант начисления баллов при конкретном количестве допущенных ошибок/неточностей**

3.1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ)

Задание 1.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ.

Любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и не приводят к завладению чем-либо:

- 1) обмен
- 2) запрос
- 3) услуга
- 4) сделка

Ответ: _____

Задание 2.

Прочитайте текст, выберите несколько правильных ответов.

К традиционному комплексу маркетинга (4P) относят _____

- 1) продвижение
- 2) способ действий
- 3) товар
- 4) полевые исследования

Ответ: _____

Задание 3.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ.

На каком этапе ЖЦТ фирма начинает получать прибыль:

- 1) внедрение на рынок
- 2) рост
- 3) спад
- 4) зрелость.

Ответ: _____

Задание 4.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ.

Что такое ценовая эластичность?

- 1) денежная оценка товара, отражающая издержки на его производство
- 2) цена, при которой количество товара, предложенного на рынке, равна количеству товара, на который предъявлен спрос
- 3) степень изменения спроса в зависимости от изменения цены
- 4) количество товара, которое будет куплено по определенной цене в единицу времени

Ответ: _____

Задание 5.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ.

В маркетинге медицинских услуг при анализе потребителя необходимо анализировать...

- 1) только врача
- 2) только больного
- 3) только провизора
- 4) больного, врача и провизора

Ответ: _____

Задание 6.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Необходимо провести четкое различие между идеей, замыслом и образом товара при разработке замысла товара и его проверке.

Форма распределения товаров и услуг		Описание	
А)	Идея товара	1.	Проработанный вариант идеи, выраженный значимыми для потребителя понятиями
Б)	Замысел товара	2.	Конкретное представление, сложившееся у потребителей о реально существующем или

			потенциальном товаре
В)	Образ товара	3	Общее представление о возможном товаре, который организация может предложить рынку

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами.

А	Б	В

Задание 7.

Прочитайте текст и установите соответствие.

План маркетингового исследования включает в себя следующие 5 пунктов.

Этап плана маркетингового исследования		Место этапа	
А)	Тактическое планирование	1.	первый
Б)	Маркетинговый контроль	2.	второй
В)	Маркетинговый синтез	3.	третий
Г)	Ситуационный анализ	4.	четвертый
Д)	Стратегическое планирование	5.	пятый

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами.

А	Б	В	Г	Д

Задание 8.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Характер целей маркетингового исследования определяет выбор конкретных типов исследования

Тип маркетингового исследования		Цели маркетингового исследования	
А)	Разведочное исследование	1.	Цель - установление причинно-следственной связи.
Б)	Описательное исследование	2.	Цель - установление частоты возникновения того или иного события или установление взаимоотношений

			между двумя переменными
В)	Каузальное исследование	3	Цель - генерация идей и сбор информации, помогающей понять проблему.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами.

А	Б	В

Задание 9.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Исследование рынка и выбор целевых рынков относится к _____ функции маркетинга.

Ответ: _____

Обоснование: _____

Задание 10.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Направление, использующее инструменты маркетинга для улучшения жизни, как отдельных людей, так и всего общества в целом, называется _____ маркетинг.

Ответ: _____

Обоснование: _____

Задание 11.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Позиционирование продукта относится к маркетинговой _____.

Ответ: _____

Обоснование: _____

Задание 12.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Различают три основные формы организации планирования: «сверху вниз», «снизу вверх», «цели вниз – планы вверх».

Субъект сферы рекламы		Функции субъекта	
А)	Планирование «сверху вниз»	1.	Различные подразделения организации вырабатывают собственные цели и планы, которые направляются руководству для утверждения
Б)	Планирование «снизу вверх»	2.	Руководство организации, исходя из возможностей организации, разрабатывает цели ее деятельности, на основе которых в подразделениях организации разрабатываются мероприятия, направленные на достижение этих целей
В)	Планирование «цели вниз - план вверх»	3.	Руководство организации устанавливает цели и разрабатывает планы маркетинга для всех подразделений

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами.

А	Б	В

Задание 13.

Прочитайте текст и установите последовательность.

В процессе организации служб маркетинга медицинских организаций выделяют следующие основные этапы:

Этап процесса стратегического планирования		Место этапа	
А)	Создание службы (отдела, координационного совета) маркетинга	1	первый
Б)	Определение задач отдельных подразделений и функционально-должностных обязанностей работников службы маркетинга	2	второй
В)	Обоснование организационной структуры	3	третий
Г)	Определение первоочередных целей и задач службы маркетинга в медицинской организации	4	четвертый
Д)	Обоснование организационной структуры	5	пятый

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами.

А	Б	В	Г	Д

Задание 14.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Процесс моделирования конечного потребителя осуществляется в несколько этапов.

Этап		Этапы моделирования	
А)	оценка правильности выбора	1.	первая
Б)	поиски и оценка информации	2.	вторая
В)	осознание потребности	3.	третья
Г)	принятие решения о покупке	4.	четвертая

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами.

А	Б	В	Г

Задание 15.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Зависимость величины спроса от цены характеризуется коэффициентом ценовой эластичности спроса (E_d), который показывает, на сколько процентов изменится величина спроса при изменении цены на 1%. Показатели ценовой эластичности учитываются при разработке ценовой политики.

Эластичность спроса		Значение коэффициента эластичности	
А)	Неэластичный спрос	1.	$E_d = 1$
Б)	Спрос с единичной эластичностью	2.	$E_d < 1$
В)	Эластичный спрос	3.	$E_d > 1$

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами.

А	Б	В

Задание 16.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Существуют пять концептуальных подходов, в которых организация может вести свою деятельность, появившиеся в разное время.

Концепция маркетинга		Место концепции в хронологическом порядке	
А)	Концепция интенсификации коммерческих усилий	1.	первая
Б)	Концепция социально-этичного маркетинга	2.	вторая
В)	Концепция совершенствования производства	3	третья
Г)	Концепция маркетинга	4	четвертая
Д)	Концепция совершенствования товара	5.	пятая

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами.

А	Б	В	Г	Д

Задание 17.

Прочитайте текст и установите последовательность.

История развития маркетинга тесно связана с историей развития рынка, в которой выделяют следующие основные периоды:

А)	«Сбытовой» период	1.	первый период
Б)	«Производственный» период»	2.	второй период
В)	«Рынок потребителя»	3.	третий период

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами.

А	Б	В

Задание 18.

Прочитайте текст, проведите необходимые расчеты, запишите развернутый ответ (число с точностью до сотых долей с необходимыми пояснениями).

При анализе фармацевтического рынка за определенный период выявлены следующие данные:

- количество приобретаемого товара А в начале периода – 900 ед., в конце – 920 ед.
- количество предлагаемого товара А в начале периода 910 ед., в конце 905 ед.

- цена товара А в начале периода 47 руб., в конце – 45 руб.

1) Рассчитать коэффициент ценовой эластичности. Определить категорию спроса.

2) Рассчитать коэффициент эластичности предложения. Определить категорию предложения.

Ответ: _____

Задание 19.

Прочитайте текст, проведите необходимые расчеты, запишите развернутый ответ (число с точностью до сотых долей с необходимыми пояснениями).

Рассчитайте экономический эффект (\mathcal{E}_p) от рекламной кампании препарата Парацетамол, проводимой фармацевтическим дистрибьютором, который затратил на рекламную презентацию 62 000 руб. Торговая наценка на препарат Парацетамол была принята 35%. Информация о товарообороте:

Период	Число дней	Товарооборот, руб.	Среднедневной оборот, руб.	Темп роста, %
До проведения рекламы	5	55 400	11 080	
После проведения рекламы	10	173 800	17 380	156,9

Ответ _____

Задание 20.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Функции маркетинга группируются по четырем блокам.

Функции маркетинга		Содержание маркетинга	
А)	Аналитическая	1.	разработка товара, управление качеством товара
Б)	Производственная	2.	формирование спроса и стимулирование сбыта, система товародвижения, позиционирование товаров, товарная политика, ценовая политика, система сервиса
В)	Функция реализации	3.	планирование (оперативное и стратегическое), информационное обеспечение маркетинговой

			деятельности, контроль
Г)	Функция управления и контроля	4.	исследование рынка и выбор целевых рынков, изучение потребителей и товаров, сегментирование рынка

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами.

А	Б	В	Г

Задание 21.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ.

Специфическим отличием медицинских услуг от услуг иного рода является...

- 1) неспособность потребителя самостоятельно сформулировать потребность и запрос
- 2) неотделимость от источника
- 3) неосязаемость
- 4) несохраняемость

Ответ: _____

Задание 22.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ.

Рынок – это _____

- 1) коммерческий обмен ценностями между сторонами
- 2) совокупность существующих и потенциальных покупателей
- 3) совокупность существующих и потенциальных покупателей и производителей товаров и услуг
- 4) потребность, подкрепленная покупательской способностью

Ответ: _____

Задание 23.

Прочитайте текст, выберите несколько правильных ответов.

Предложение – это...

- 1) платежеспособность потребителя

- 2) количество товаров и услуг, которое медицинское учреждение способно оказать в определенный отрезок времени по определенной цене
- 3) количество товара, которое будет куплено по определенной цене в единицу времени
- 4) денежная оценка товара, отражающая издержки на его производство

Ответ: _____

Задание 24.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ.

При оценке конкурентоспособности учитывается:

- 1) затраты, связанные с использованием товара
- 2) затраты на приобретение товара
- 3) затраты на приобретения сырья
- 4) товара цена

Ответ: _____

Задание 25.

Прочитайте текст, выберите несколько правильных ответов.

Маркетинговая макросреда включает:

- 1) социально-экономические условия;
- 2) политические условия;
- 3) финансовое положение;
- 4) социально-психологические особенности персонала

Ответ: _____

Задание 26.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Определённая рыночная структура даёт представление о поведении производителей на рынке продукта под воздействием различных характеристик, а также о его возможности контролировать рынок.

Тип рыночной структуры		Место типа рыночной структуры	
А)	Монополистическая конкуренция	1.	Первое с невыраженной конкуренцией на рынке

Б)	Совершенная конкуренция	2.	второе
В)	Олигополия	3.	третье
Г)	Монополия	4.	Четвертое с максимально выраженной конкуренцией

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами.

А	Б	В	Г

Задание 27.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Существует три формы распределения товаров или услуг.

Форма распределения товаров и услуг		Описание	
А)	Исключительная форма распределения	1.	Наличие большого числа посредников в целях максимального приближения товара к покупателю
Б)	Интенсивная форма распределения	2.	Заключается в том, что фирма работает со специально отобранными посредниками
В)	Селективная форма распределения	3	Небольшое число посредников, обладающих исключительными правами на распределение товаров фирмы на определенной территории.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами.

А	Б	В

Задание 28.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Каждая из рыночных структур отличается степенью конкурентности рынка, т.е. способностью фирм воздействовать на рынок, и, прежде всего, на цены, что определяется количеством фирм на рынке и их рыночной долей.

Тип рыночной структуры		Количество фирм на рынке	
А)	Олигополия	1.	Очень большое
Б)	Монополистическая конкуренция	2.	Большое

В)	Совершенная конкуренция	3	Несколько
Г)	Монополия	4	Одна

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами.

А	Б	В	Г

Задание 29.

Прочитайте текст и установите соответствие.

По степени сложности медицинские услуги подразделяются на:

Содержание услуги		Услуга	
А)	«пациент» + «комплекс простых услуг» = «этап профилактики, диагностики или лечения»	1.	Детальная медицинская услуга
Б)	«пациент» + «простые» + «сложные услуги» = «проведение профилактики, установление диагноза или окончание проведения определенного этапа лечения»	2.	Простая медицинская услуга
В)	«пациент» + «специалист» = «один элемент профилактики, диагностики или лечения»	3.	Сложная медицинская услуга
Г)	элементарная, неделимая медицинская услуга, которая не выступает объектом ценообразования	4.	Комплексная медицинская услуга

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами.

А	Б	В	Г

Задание 30.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Спрос, при котором значительная часть пациентов отвергает какую-либо медицинскую услугу – это _____ спрос.

Ответ: _____

Обоснование: _____

Задание 31.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Под ценой _____ понимается та предельная максимальная цена, за которую пациенты согласны получать услуги.

Ответ: _____

Обоснование: _____

Задание 32.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Стоимость ресурсов, непосредственно потребляемых в процессе оказания медицинских услуг, относится к _____ расходам.

Ответ: _____

Обоснование: _____

Задание 33.

Прочитайте текст и установите последовательность.

В постоянно преобразующемся деловом мире для бизнеса открывается сейчас множество новых возможностей. Бизнес-планирование помогает не упустить их и использовать для преобразования и повышения эффективности деятельности на рынке.

Этап процесса стратегического планирования		Место этапа	
А)	Выбирается место для осуществления деятельности, стратегия и тактика ценообразования	1.	первый
Б)	Анализируются возможные риски данного проекта	2.	второй
В)	Оцениваются собственные возможности организации	3.	третий
Г)	Принимается решение о внедрении мероприятий	4.	четвертый
Д)	Выбираются медицинские услуги для реализации, исследуется возможность рынка	5.	пятый
Е)	Разрабатываются планы: маркетинга, производства, финансовый, организационный	6.	шестой
Ж)	Составляется резюме к бизнес-плану	7.	седьмой

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами.

А	Б	В	Г	Д	Е	Ж
---	---	---	---	---	---	---

--	--	--	--	--	--	--

Задание 34.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Стратегическое планирование представляет собой управленческий процесс создания и поддержания стратегического соответствия между целями фирмы, ее потенциальными возможностями и шансами в сфере маркетинга.

Этап процесса стратегического планирования		Место этапа	
А)	Анализ стратегических альтернатив	1.	первый
Б)	Разработка целей организации	2.	второй
В)	Формирование миссии организации	3.	третий
Г)	Оценка и анализ внутренней и внешней среды	4.	четвертый

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами.

А	Б	В	Г

Задание 35.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Жизненный цикл товара (ЖЦТ) – это время с момента первоначального появления товара на рынке до прекращения его реализации на данном рынке, который состоит из нескольких этапов.

Этап жизненного цикла товара		Место этапа	
А)	разработка	1.	первая
Б)	рост	2.	вторая
В)	зрелость	3.	третья
Г)	выведение на рынок	4.	четвертая
Д)	спад	5.	пятая
Е)	насыщение	6.	шестая

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами.

А	Б	В	Г	Д	Е

Задание 36.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Услуга является объектом рынка, выделяют несколько видов услуг.

Виды услуг		Услуги	
А)	осязаемые услуги, направленные на тело человека	1.	ремонт часов
Б)	неосязаемые услуги, направленные на сознание	2.	здравоохранение
В)	осязаемые услуги, направленные на товар	3	музеи, ТВ
Г)	неосязаемые услуги, направленные на неосязаемые активы	4	страхование

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами.

А	Б	В	Г

Задание 37.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Качество услуг – категория, которая оценивается по нескольким составляющим, в совокупности, позволяющим определить оценку качества услуг.

Составляющие качества услуг		Понятия	
А)	Назначение	1.	стиль, внешний вид
Б)	Эргономические свойства	2.	окружающая среда
В)	Эстетические свойства	3	способность удовлетворять потребности
Г)	Безопасность услуги	4	размер, вкус, запах
Д)	Экологические свойства	5.	финансовый риск

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами.

А	Б	В	Г	Д
---	---	---	---	---

--	--	--	--	--

Задание 38.

Прочитайте текст, проведите необходимые расчеты, запишите развернутый ответ (число с точностью до сотых долей с необходимыми пояснениями).

Рассчитать себестоимость койко-дня лечения в стационаре (фактическую и в стандартизированных условиях) с применением пропорционального подхода к ценообразованию по следующим данным:

Отделение (кол-во коек)	Год. ФЗП (руб.)	Расходы за квартал (руб)		Накладные расходы (руб. в год)	Факт. число койко-дней за год	Год. расходы паракл. отд. (руб)
		Медикаменты	Питание			
Терапия (30)	45600	20000	15000	400000	10500	250000

Ответ: _____

Задание 39.

Прочитайте текст, проведите необходимые расчеты, запишите развернутый ответ (число с точностью до сотых долей с необходимыми пояснениями).

Рассчитать себестоимость медицинской услуги (врачебного приема) по следующим данным: длительность приема – 12 мин., оклад врача – 1800 руб., бюджет рабочего времени должности (в месяц) – 8500 мин., оклад участковой мед.сестры – 1300 руб., расходные материалы - 14 руб. на 1 посещение, Коэффициент накладных расходов по учреждению – 0,95.

Ответ: _____.

Задание 40.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Нюансы в определении базовых категорий маркетинга позволяют выстроить наилучшую маркетинговую стратегию.

Термин		Содержание	
А)	Спрос	1.	нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с личностью индивида и степенью развития общества
Б)	Потребность	2.	чувство ощущаемой человеком нехватки чего-либо
В)	Нужда	3.	это потребность, подкрепленная покупательской способностью
Г)	Запрос	4.	это количество товара или услуг, которое желают и могут приобрести

		пациенты по определенной цене за определенный отрезок времени.
--	--	--

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами.

А	Б	В	Г

3.2. КЛЮЧИ К ОЦЕНИВАНИЮ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

№ задания	Верный ответ	Критерии
1.	1	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
2.	13	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
3.	2	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
4.	3	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
5.	4	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
6.	312	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
7.	45213	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
8.	321	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
9.	Аналитической <i>Обоснование:</i> дополнительно включает изучение потребителей и товаров, сегментирование рынка	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
10.	Социальный	1 балл – верно;

	<i>Обоснование:</i> разработка, реализация, контроль социальных программ, направленных на продвижение социальных идей	0 баллов – не верно
11.	стратегии <i>Обоснование:</i> Позиционирование – действия по обеспечению конкурентоспособного положения на рынке	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
12.	312	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
13.	45213	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
14.	4213	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
15.	312	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
16.	35142	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
17.	213	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
18.	-0,52 (спрос не эластичен) 0,13 (предложение не эластично)	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
19.	экономический эффект от рекламного мероприятия составил -1154,18 руб., рекламная кампания убыточна	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
20.	4123	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
21.	1	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
22.	3	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
23.	2	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
24.	1	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
25.	12	1 балл – верно; 0 баллов – не верно

26.	3421	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
27.	312	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
28.	3214	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
29.	3421	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
30.	негативный <i>Обоснование:</i> часть пациентов согласна даже на определенные издержки, чтобы избежать услуги	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
31.	спроса <i>Обоснование:</i> ниже цены спроса цена опуститься не может	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
32.	прямым <i>Обоснование:</i> как правило, эти расходы возрастают прямо пропорционально росту выпуска продукции	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
33.	4621357	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
34.	4213	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
35.	134265	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
36.	2314	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
37.	41352	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
38.	фактическая себестоимость койко-дня лечения (80,88) ниже нормативной (85,79), отделение перегружено.	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
39.	Себестоимость медицинской услуги на основе детального подхода к ценообразованию составляет 26,53 руб.	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
40.	4123	1 балл – верно; 0 баллов – не верно

3.3. ПЕРЕЧЕНЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ И ОБОРУДОВАНИЯ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Для выполнения указанных тестовых заданий требуется калькулятор