



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОЦИАЛЬНЫЙ ФАКУЛЬТЕТ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«МАРКЕТИНГ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ»

Кафедра социальных и информационных технологий

Образовательная программа: 39.04.02 Социальная работа

Профиль подготовки:

Социально-проектный менеджмент

Уровень высшего образования:

магистратура

Форма обучения: очная

Статус дисциплины: вариативная

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг медицинских услуг» разработана в 2018 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки **39.04.02 -Социальная работа** (уровень магистратуры), утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 28 января 2016 года № 369.

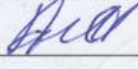
Разработчик:

-Абдулаева З.З., к.э.н., доцент кафедры социальных и информационных технологий.

Рабочая программа дисциплины одобрена:

-на заседании кафедры социальных и информационных технологий от «18»

июня 2018г., протокол №1

Зав. кафедрой  к.ф-м.н., доцент Айгубов С.З.

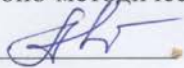
(подпись)

-на заседании Учебно-методической комиссии социального факультета от «18»

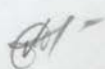
июня 2018г., протокол № 1.

Председатель УМС  доц. Абдусаламова Р.А.

(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением «28» 06 2018 г. 

(подпись)



Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Маркетинг медицинских услуг» относится к дисциплине по выбору вариативной части ОПОП магистратуры по направлению подготовки 39.04.02 Социальная работа.

Дисциплина реализуется на социальном факультете ДГУ кафедрой социальных и информационных технологий.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: –ПК-6, ПК-9.

Цель изучения курса - приобрести необходимые навыки и умения для проведения анализа рынка медицинских услуг, осуществления маркетинговой деятельности медицинской организации и развития платных медицинских услуг.

Курс ориентирован на формирование у магистрантов профессиональных компетенций, необходимых для выполнения специальных функций в рамках профессионального стандарта, на воспитание у них соответствующих профессиональных и личностных качеств, необходимых для осуществления деятельности в системе социальной защиты населения.

В программе курса учтена специфика предстоящей профессиональной деятельности магистрантов в области социальной работы с населением.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение таких видов текущего контроля успеваемости как фронтальный опрос, обсуждение реферата, доклад с последующим его обсуждением, групповое тестирование по кейс-заданиям, диспут, работа в мастер-классах экспертов и специалистов социальных служб, контрольная работа и пр.; рубежного контроля в форме письменной контрольной работы, устного опроса, тестирования, коллоквиума; промежуточного контроля в форме зачета.

Объем дисциплины 3 зачетные единицы, в том числе, 108 академических часов по видам учебных занятий

Се- местр	Учебные занятия						Форма про- межуточной аттестации (зачет, диф- ференциро- ванный зачет, экзамен)
	в том числе						
	Контактная работа обучающихся с преподавателем					СРС	
	Всего	из них					
Лекции		Прак- тические занятия	КСР	кон- троль			
1	108	4	14			90	зачет

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Маркетинг медицинских услуг» являются:

- изучение теоретических основ дисциплины;
- формирование навыков маркетинговой деятельности в условиях рыночной экономики и конкуренции;
- овладение навыками принятия экономических решений в конкретных условиях работы медицинских организаций в целях повышения качества медицинского обслуживания и экономического эффекта лечебно-профилактических мероприятий.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- эволюцию маркетинга в сфере медицинских услуг;
- основные понятия маркетинга;
- сущность маркетинговой деятельности организации медицинских услуг.

Уметь:

- организовывать на научной основе свою маркетинговую работу в сфере медицинских услуг;
- организовывать работу исполнителей в сфере медицинских услуг в соответствии с социальной ответственностью и экономической целесообразностью в деятельности организации здравоохранения;
- самостоятельно работать с маркетинговой информацией (учебной, справочной, нормативной, научной);
- определять затраты на проведение профилактических и лечебно-оздоровительных мероприятий, планировать и осуществлять маркетинговые мероприятия.

Владеть:

- навыками расчета и оценки экономических показателей деятельности лечебно-профилактических учреждений;
- навыками разработки маркетингового комплекса.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина «Маркетинг медицинских услуг» относится к дисциплине по выбору вариативной части ОПОП магистратуры по направлению подготовки 39.04.02 Социальная работа.

Для изучения маркетинга медицинских услуг студентов должны быть знания по следующим основным дисциплинам:

- математика (для использования методов экономического анализа);
- иностранный язык (для расшифровки терминов международной статистики, а также навыки обработки текстов для использования полученной информации в профессиональных целях);
- философия (для использования в анализе и интерпретации показателей экономической деятельности учреждений здравоохранения);
- экономика (для изучения методов экономической теории и маркетинга);

- правоведение (юридические основы деятельности медицинского работника и организации здравоохранения).

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)

Код компетенции из ФГОС ВО	Наименование компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
ПК-6	способность к реализации маркетинговых технологий с целью исследования и развития рынка социальных услуг, привлечения внимания к социальным проблемам, формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов;	знает: - основные понятия, принципы, структуру и содержание маркетинговых стратегий в социальной работе; теоретические основы PR-технологий и рекламной деятельности с целью исследования и развития рынка социальных услуг и привлечения внимания к социальным проблемам. умеет: - выявлять социальные потребности населения с целью их качественного удовлетворения; применять на практике полученные знания в управлении маркетингом коммерческих и некоммерческих социальных служб; использовать маркетинговые теории и технологии для проведения исследований и развития рынка социальных услуг. владеет: - навыками исследования маркетинговой среды и маркетинговых инноваций функционирования социальных учреждений; технологиями продвижения социальных услуг; опытом использования PR-технологии и рекламы для формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов.
ПК-9	способность к разработке и реализации социальных программ и проектов, направленных на решение актуальных проблем жизнедеятельности индивида, группы и общества	знает: - основные принципы и методы организации процесса социального проектирования; научные основы социального проектирования; теоретические основы применения проектных технологий в профессиональной деятельности социальных работников; нормативно-правовое и информационное сопровождение проектирования деятельности организаций, учреждений и служб в области социальной работы. умеет: - анализировать имеющиеся социальные программы и проекты; применять проектные технологий в социальной работе с разными кате-

		гориями населения, в исследовании социальных служб; проводить социальное консультирование, первичную диагностику и групповую работу • владеет: - методикой составления социальных программ, проектов; навыком применения проектных технологий при организации деятельности с различными субъектами социальной работы.
--	--	--

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Дисциплина изучается в 9 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

4.2. Структура дисциплины

№ п/ п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной ра- боты, включая са- мостоятельную ра- боту магистрантов и трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемо- сти (по неделям се- местра) Форма промежуточ- ной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практиче- ские занятия	КСР		
Модуль 1. Теоретические основы маркетинга медицинских услуг								Формы текущего контроля: устные опросы, деловые игры, тестирование, решение задач, рефераты, за- полнение структурно- логических схем, ра- бота со слайдами, ра- бота в мастер-классах экспертов и специа- листов социальных служб Форма промежуточ- ной аттестации: кон- трольная работа
1	История развития мар- кетинговой деятельно- сти в в сфере медицин- ских услуг	9	1-2	2	2		14	
2	Рынок медицинских услуг и рыночные от- ношения в здравоохра- нении	9	3-6		2		14	
Итого по модулю 1:			1-6	2	4		30	
Модуль 2. Маркетинговый комплекс в здравоохранении								Формы текущего контроля: устные опросы, деловые игры, тестирование, решение задач, рефераты, раба- та со слайдами, работа в мастер-классах экс- пертов и специали- стов социальных служб Форма промежуточ- ной аттестации: кон- трольная работа
3	Анализ рынка меди- цинских услуг	9	7-9	2	4		14	
4	Этапы формирования маркетингового ком- плекса в сфере меди- цинских услуг	9	10-14		2		12	
Итого по модулю 2:			7-14	2	6		28	
Модуль 3. Реализация маркетинга в сфере медицинских услуг								Формы текущего контроля: устные опросы, деловые игры,
5	Особенности маркетин- га на рынке медицин- ских услуг	9	15-16		2		14	

								тестирование, решение задач, рефераты, работа со слайдами, работа в мастер-классах экспертов и специалистов социальных служб Форма промежуточной аттестации: контрольная работа
6	Реализация маркетинга в сфере медицинских услуг	9	17-18		2		16	
	Итого по модулю 3		15-18		4		32	36
	Итого		1-18	4	14		84	108

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) Темы и содержание лекционных занятий

Модуль 1. Теоретические основы маркетинга медицинских услуг.

Тема 1. История развития маркетинговой деятельности в сфере медицинских услуг.

История возникновения маркетинга, предпосылки возникновения маркетинга в здравоохранении и на рынке медицинских услуг. Основные понятия и термины маркетинга. Понятие рынка общественного здоровья.

Модуль 2. Маркетинговый комплекс в сфере медицинских услуг

Тема 3. Анализ рынка медицинских услуг.

Определение понятия маркетинговой среды организации. Основные факторы маркетинговой макро- и микросреды. Анализ поведения потребителей медицинских услуг.

Темы и содержание практических занятий

Модуль 1. Теоретические основы маркетинга медицинских услуг

Тема 1. История развития маркетинговой деятельности в сфере медицинских услуг

Содержание занятия:

1. Контроль уровня подготовки: письменное тестирование магистрантов по пройденному материалу – 15 мин.
2. Просмотр обучающих слайдов по теме занятия - 30 мин. Во время просмотра преподаватель проверяет и оценивает ответы на тестовые задания.

3. Обсуждение со магистрантами наиболее сложных вопросов по теме занятия – 35 мин.
4. Контроль и коррекция усвоения материала занятия, объявление и обсуждение результатов тестирования – 8-9 мин.
5. Заключение преподавателя 1-2 мин.

Вопросы для контроля и самоподготовки:

1. Основные термины и понятия маркетинга на рынке услуг.
2. Исторические предпосылки возникновения маркетинга в сфере медицинских услуг.
3. Общественное здоровье.

Тема 2. Рынок медицинских услуг и рыночные отношения в здравоохранении

Содержание занятия:

1. Контроль уровня подготовки: письменное тестирование магистрантов по пройденному материалу – 15 мин.
2. Просмотр обучающих слайдов по теме занятия - 30 мин. Во время просмотра преподаватель проверяет и оценивает ответы на тестовые задания.
3. Обсуждение со магистрантами наиболее сложных вопросов по теме занятия – 35 мин.
4. Контроль и коррекция усвоения материала занятия, объявление и обсуждение результатов тестирования – 8-9 мин.
5. Заключение преподавателя 1-2 мин.

Вопросы для контроля и самоподготовки:

1. Определение рынка медицинских услуг.
2. Понятие конкуренции.
3. Основные черты рынка в зависимости от вида конкуренции и подходы по внедрению рыночной ориентации.

Модуль 2. Реализация маркетинга в сфере медицинских услуг

Тема 3. Анализ рынка медицинских услуг

Содержание занятия:

1. Контроль уровня подготовки: письменное тестирование магистрантов по пройденному материалу – 15 мин.
2. Просмотр обучающих слайдов по теме занятия - 30 мин. Во время просмотра преподаватель проверяет и оценивает ответы на тестовые задания.
3. Обсуждение со магистрантами наиболее сложных вопросов по теме занятия – 35 мин.

4. Контроль и коррекция усвоения материала занятия, объявление и обсуждение результатов тестирования – 8-9 мин.
5. Заключение преподавателя 1-2 мин.

Вопросы для контроля и самоподготовки:

1. Определение рынка медицинских услуг.
2. Понятие конкуренции.
3. Основные черты рынка в зависимости от вида конкуренции и подходы по внедрению рыночной ориентации.

Тема 4. Этапы формирования маркетингового комплекса в сфере медицинских услуг

Содержание занятия:

1. Контроль уровня подготовки: письменное тестирование магистрантов по пройденному материалу – 15 мин.
2. Просмотр обучающих слайдов по теме занятия - 30 мин. Во время просмотра преподаватель проверяет и оценивает ответы на тестовые задания.
3. Обсуждение со магистрантами наиболее сложных вопросов по теме занятия – 35 мин.
4. Контроль и коррекция усвоения материала занятия, объявление и обсуждение результатов тестирования – 8-9 мин.
5. Заключение преподавателя 1-2 мин.

Вопросы для контроля и самоподготовки:

1. Основные элементы маркетингового комплекса.
2. Основные этапы рекламы медицинского учреждения.
3. Содержание основных этапов формирования маркетингового комплекса.

Модуль 3. Реализация маркетинга в сфере медицинских услуг

Тема 5. Особенности маркетинга на рынке медицинских услуг

Содержание занятия:

1. Контроль уровня подготовки: письменное тестирование магистрантов по пройденному материалу – 15 мин.
2. Просмотр обучающих слайдов по теме занятия - 30 мин. Во время просмотра преподаватель проверяет и оценивает ответы на тестовые задания.
3. Обсуждение со магистрантами наиболее сложных вопросов по теме занятия – 35 мин.
4. Контроль и коррекция усвоения материала занятия, объявление и обсуждение результатов тестирования – 8-9 мин.
5. Заключение преподавателя 1-2 мин.

Вопросы для контроля и самоподготовки:

1. Основные элементы функциональной системы маркетинга на рынке медицинских услуг.
2. Основные цели маркетинга в системе ОМС.

3. Особенности рынка медицинских услуг.

Тема 6. Реализация маркетинга в сфере медицинских услуг

Содержание занятия:

1. Контроль уровня подготовки: письменное тестирование магистрантов по пройденному материалу – 15 мин.
2. Просмотр обучающих слайдов по теме занятия - 30 мин. Во время просмотра преподаватель проверяет и оценивает ответы на тестовые задания.
3. Обсуждение со магистрантами наиболее сложных вопросов по теме занятия – 35 мин.
4. Контроль и коррекция усвоения материала занятия, объявление и обсуждение результатов тестирования – 8-9 мин.
5. Заключение преподавателя 1-2 мин.

Вопросы для контроля и самоподготовки:

1. Особенности реализации маркетинга в сфере медицинских услуг.
2. Возможности применения.
3. Результативность маркетинга медицинских услуг.

5. Образовательные технологии

В ходе изучения дисциплины используются следующие активные и интерактивные формы проведения занятий: деловые игры; написание эссе; решение заданных проблемных ситуаций; самостоятельная разработка проблемных ситуаций по обозначенным преподавателем темам; работа с тематическими слайдами на компьютере; заполнение структурно-логических схем; ознакомление с деятельностью экономических структур специализированных и общепрофессиональных социальных служб; мастер-классы специалистов бюджетных и внебюджетных организаций социальной сферы, а также общественных организаций по вопросам экономического обеспечения их деятельности; разработка бизнес-планов деятельности государственных и негосударственных социальных организаций; разработка социальных проектов предпринимательской деятельности некоммерческих учреждений, осуществляющих социальную работу. Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием дисциплины. В целом в учебном процессе они составляют 30 % аудиторных занятий (22 часа).

Интерактивные формы проведения занятий

При проведении занятий по дисциплине «Маркетинг медицинских услуг» используются следующие методы интерактивного обучения: обучающие слайды по теме занятия, дискуссия, доклад с презентацией, решение ситуационных задач.

В рамках изучения дисциплины целесообразно публичное обсуждение, сопровождающееся свободным обменом мнениями, суждениями, дискуссия. Преимущество дискуссии как формы проведения занятий является то, что она способствует более глубокому усвоению материала.

Метод решения ситуационных задач направлен, в первую очередь, на формирование навыков эффективного применения теоретических знаний при активном вовлечении в работу каждого магистра. Ситуационные задачи должны удовлетворять следующим требованиям: соответствовать цели создания, имитировать типичные ситуации различных аспектов реальной практики, развивать аналитическое мышление, провоцировать дискуссию, не уставать слишком быстро. Решение задачи может проходить в форме ситуационно-ролевой деловой игры, либо обмена суждениями по поводу какого-либо спорного вопроса.

Деловая или ролевая игра, представляющая собой совместную деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.

Презентация – представление студентом наработанной информации по заданной тематике в виде набора слайдов и спецэффектов, подготовленных в выбранной программе.

Эссе – средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы магистрантов.

Самостоятельная работа обучающегося – способ активного, целенаправленного приобретения студентом новых для него знаний и умений без непосредственного участия в этом процессе преподавателей. Предметно и содержательно самостоятельная работа обучающегося определяется образовательным стандартом, рабочей программой дисциплины, содержанием учебников, учебных пособий и методических руководств. Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных (лекционных и практических) занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию. Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Содержание внеаудиторной самостоятельной работы определяется в соответствии с рекомендуемыми видами заданий согласно примерной и рабочей программ учебной дисциплины.

В процессе подготовки к занятиям магистранту следует обобщить и сделать критический анализ литературных данных, анализ источников информа-

ции, определить свое отношение к изучаемым проблемам, свое понимание поставленных вопросов.

Для более успешного выполнения заданий магистранту необходимо, прежде всего, ознакомиться с содержанием рабочей программы, после чего изучить соответствующий раздел программы курса, учебника, ознакомиться с наглядными пособиями, изучить нормативные документы и литературные источники, рекомендуемые к теме курса.

При изучении литературных источников необходимо сначала прочесть работу, а затем своими словами передать краткое содержание. Необходимо конспектировать законодательные документы правительства России и регионов, нормативные документы и рекомендуемую литературу, указанную ведущим курс преподавателем. Изучая литературные источники, следует записывать вопросы, требующие дополнительного выяснения, выписывать цитаты, относящиеся к сути изучаемого вопроса.

По всем вопросам, относящимся к содержанию рабочей программы, студент может получить консультацию у преподавателя, ведущего курс.

Для более успешной подготовки к занятиям и профессионального становления необходимо свободно владеть понятийным аппаратом. Все дефиниции, имеющие отношение к изучаемым темам по все модулям, представлены магистрантам в форме электронного словаря.

Методические рекомендации по самостоятельной работе магистрантов.

1. Написание реферата, доклада, сообщения.
2. Методические рекомендации по составлению и оформлению списка литературы.
3. Самостоятельная работа над текстом.
4. Подготовка научного доклада.
5. Подготовка к семинарским занятиям.

Самостоятельная работа по курсу предполагает подготовку рефератов, докладов, сообщений.

Реферат является обязательным видом контроля по данному курсу. «Реферат» (от лат. «refferere» – докладывать, сообщать) – краткое изложение в письменной форме определенного научного материала: содержания книги, учения, научной проблемы и т.д. Реферат представляет собой исследование, связанное с разработкой вопросов теории и практики социальной работы с семьей. Он представляет собой итог самостоятельного изучения студентом одной или нескольких научных работ и должен отражать их основное содержание.

Написание реферата является для магистрантов обязательным. Написание реферата предполагает самостоятельное прочтение необходимой литературы и подробный анализ полученной из нее информации по выбранной проблематике, самостоятельное изложение основных положений изучаемой проблемы. Реферат – это вид научной работы, предполагающий краткое изложение основных теоретических или эмпирических положений. На основе реферата может быть подготовлено выступление на семинарском занятии, которое предполагает свободное владение автором содержанием, ответы на вопросы, готовность к критике, до-

полнению и уточнению. Формой отчетности по результатам самостоятельной работы является зачет/незачет реферата.

Одним из видов самостоятельной работы магистрантов очной формы обучения является тщательная проработка изученного на лекционных занятиях материала с целью подготовки к семинарским занятиям и написанию контрольных работ. Отдельные вопросы в рамках той или иной темы могут выноситься преподавателем на самостоятельное изучение с использованием магистрантами основной литературы. Перечень вопросов для самостоятельного изучения в обязательном порядке оглашается преподавателем в ходе проведения лекции по данной теме.

Чтобы хорошо освоить дисциплину и ничего не упустить, магистрантам необходимо посещать лекционные занятия и вести конспекты. Работу над конспектами в часы самостоятельных занятий следует начинать с изучения конспекта лекции, затем разбирать все непонятные места в нем, дополнять информацией из других источников, рекомендованных преподавателем. При индивидуальных консультациях следует уточнять содержание дискуссионных разделов темы.

Разделы и темы для самостоятельного изучения	Виды и содержание самостоятельной работы	Форма контроля
Модуль 1. Теоретические основы рынка медицинских услуг		
История развития маркетинговой деятельности в сфере медицинских услуг	Проработка учебного материала по конспектам лекций, учебной литературе и учебным пособиям. Составление выводов на основе проведенного анализа. Работа с вопросами для самоконтроля.	Устный опрос
Рынок медицинских услуг и рыночные отношения в здравоохранении	Проработка учебного материала по конспектам лекций, учебной литературе, конспектирование последней, учебным пособиям. Поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации, подготовка заключения по обзору. Составление выводов на основе проведенного анализа.	Устный опрос, тестирование, реферат
Модуль 2. Маркетинговый комплекс в здравоохранении		
Анализ рынка медицинских услуг	Проработка учебного материала по конспектам лекций, учебной литературе и учебным пособиям. Составление выводов на основе проведенного анализа. Написание рефератов. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля	Устный опрос, тестирование,
Этапы формирования маркетингового комплекса в сфере медицинских услуг	Проработка учебного материала по конспектам лекций, учебной литературе и учебным пособиям.	Тестирование, презентация

	Составление выводов на основе проведенного анализа. Написание рефератов. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля.	
Модуль 3. Реализация маркетинга в сфере медицинских услуг		
Особенности маркетинга на рынке медицинских услуг	Проработка учебного материала по конспектам лекций, учебной литературе и учебным пособиям. Составление выводов на основе проведенного анализа. Написание рефератов. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля.	Устный опрос, Тестирование, реферат
Реализация маркетинга в сфере медицинских услуг	Проработка учебного материала по конспектам лекций, учебной литературе и учебным пособиям. Составление выводов на основе проведенного анализа. Написание рефератов. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля.	Устный опрос, Тестирование, реферат

Тематика рефератов

1. История развития маркетинговой деятельности в сфере медицинских услуг.
2. Управление маркетингом и маркетинговые стратегии на рынке медицинских услуг.
3. Анализ рынка медицинских услуг. Маркетинговый комплекс в здравоохранении.
4. Маркетинг в сфере медицинских услуг и предпринимательство
5. Особенности маркетинга на рынке медицинских услуг
6. Исторические предпосылки маркетинговой деятельности в условиях формирования рыночных отношений в сфере медицинских услуг.
7. Рынок медицинских услуг и рыночные отношения в здравоохранении.
8. Управление маркетингом и маркетинговые стратегии в сфере медицинских услуг.
9. Разработка маркетингового комплекса в сфере медицинских услуг.
10. Предпринимательство в здравоохранении.
11. Реализация маркетинга в отношении медицинских услуг.
12. Этапы формирования маркетингового комплекса в сфере медицинских услуг.
13. Роль маркетинга в повышении доступности медицинской помощи.

Целью исследования при выполнении реферата является более глубокое ознакомление магистранта с одной из наиболее актуальных проблем современной социальной работы.

Задачи определяются форматом исследования и включают овладение понятийным аппаратом, методикой сбора материала, его статистической обработки, анализа и обобщения.

Студент может *сам предложить* преподавателю тему для реферата или курсовой работы, не входящую в список, но отражающую актуальную проблему современной социальной работы.

Требования к реферату: наличие плана исследования, включающего введение, основную часть и заключение; анализ литературных источников (отечественных, зарубежных авторов и дагестанских исследователей, если таковые имеются; не менее 3 литературных источников и/или интернет-ресурсов) по данному вопросу; раскрытие темы с обозначением личного отношения автора к рассматриваемой проблеме. Объем реферата – 5-8 печатных листов формата А-4 или 8-10 листов, написанных от руки. Время устного доклада – не более 5 минут. Обязательно умение свободно излагать содержание исследования, отвечать на вопросы.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

Код компетенции ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения
ПК-6	• знает: - основные понятия, принципы, структуру и содержание маркетинговых стратегий в социальной работе; теоретические основы PR-технологий и рекламной деятельности с целью исследования и развития рынка социальных услуг и привлечения внимания к социальным проблемам. умеет: - выявлять социальные потребности населения с целью их качественного удовлетворения; применять на практике полученные знания в управлении маркетингом коммерческих и некоммерческих социальных служб; использовать маркетинговые теории и технологии для проведения исследований и развития рын-	Устный опрос, тестирование.

	ка социальных услуг. владеет: - навыками исследования маркетинговой среды и маркетинговых инноваций функционирования социальных учреждений; технологиями продвижения социальных услуг; опытом использования PR-технологии и рекламы для формирования позитивного имиджа социальной работы и реализующих ее специалистов.	
ПК-9	знает: - основные принципы и методы организации процесса социального проектирования; научные основы социального проектирования; теоретические основы применения проектных технологий в профессиональной деятельности социальных работников; нормативно-правовое и информационное сопровождение проектирования деятельности организаций, учреждений и служб в области социальной работы. • умеет - анализировать имеющиеся социальные программы и проекты; применять проектные технологий в социальной работе с разными категориями населения, в исследовании социальных служб; проводить социальное консультирование, первичную диагностику и групповую работу • владеет: - методикой составления социальных программ, проектов; навыком применения проектных технологий при организации деятельности с различными субъектами социальной работы.	Устный опрос, тестирование, реферат

7.2. Типовые контрольные задания

Формы контроля при изучении дисциплины «Маркетинг медицинских услуг»: текущий контроль, промежуточный контроль по модулю, итоговая аттестация по дисциплине.

По результатам текущего и промежуточного контроля составляется академический рейтинг магистранта по каждому модулю и выводится средний рейтинг по всем трем модулям.

Текущий контроль – все виды аудиторной и внеаудиторной работы магистрантов по данному дисциплинарному модулю, результаты которой оцениваются до промежуточного контроля.

Промежуточный контроль – это проверка полноты знаний по освоенному материалу дисциплинарного модуля.

Итоговая аттестация – это подведение итогов текущей работы и промежуточных контролей по дисциплинарным модулям.

По результатам итоговой аттестации магистранту засчитывается трудоемкость дисциплины в дисциплинарных модулях, выставляется дифференцированная отметка в принятой системе баллов, характеризующая качество освоения студентом знаний, умений и навыков по данной дисциплине.

Дисциплинарный модуль (ДМ) – относительная часть учебной дисциплины, по окончании изучения которой осуществляется промежуточный контроль знаний магистрантов. Количество дисциплинарных модулей определяется в зависимости от содержания и трудоемкости дисциплины.

Текущий контроль включает оценку:

- посещения занятий
- активного участия на семинарских занятиях
- текущего контрольного тестирования
- написания, оформления и защиты рефератов (докладов)

Задания для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Задача 1

Частное медицинское учреждение с целью эффективной работы со своими пациентами разделило их на небольшие группы по двум принципам: по половому (мужчины и женщины) и по уровню доходов (высокий и низкий). для каждой из получившихся 4 групп отдел маркетинга разработал свой комплекс медицинских услуг, метод ценообразования и способ продвижения.

- 1.какой механизм маркетинга использовало медицинское учреждение?
- 2.дайте определение этому процессу и опишите его основные этапы.

Задача 2

вы проводите маркетинговые исследования при создании центра «Брак и семья».

Предложите метод сегментирования рынка при этих исследованиях.

Вариант 2

Задача 1

Лечебно-профилактическое учреждение решило оказывать платные медицинские услуги населению. в результате маркетингового исследования была выявлена потребность населения в стоматологической помощи. учитывая отсутствие конкурентов в данном районе, было решено установить высокие цены на предлагаемые услуги.

- 1.какой информации не хватает для полного анализа ситуации и эффективного ценообразования?
- 2.Что такое цена и основные методы ценообразования?

Задача 2

в городе к. существуют две стоматологические клиники. в одной из них оказывают стандартный комплекс медицинских услуг, а в другой клинике, где вы работаете, осуществляют дополнительные медицинские услуги, которые заклю-

чаются в оказании стоматологической помощи детям стоматологом и ортодонтом. также осуществляют лечение десен, исправление прикуса, отбеливание, наращивание зубов.

разработайте план мероприятий по продвижению предлагаемых вами медицинских услуг на рынок общественного здоровья.

Вариант 3

Задача 1

в ходе проведения последней переписи был выявлен регрессивный тип населения, в связи с этим была пересмотрена номенклатура медицинских учреждений в городе Н. Было решено организовать частный пансионат для пожилых людей.

разработайте модель будущего пансионата.

Задача 2

Частнопрактикующий врач вот уже два года оказывает своим пациентам одну и ту же медицинскую услугу. Через год интенсивного роста объема оказываемых услуг установилось некоторое постоянство, а затем в течение 6 месяцев стало наблюдаться постепенное снижение объема продаж. все проводимые мероприятия, включая рекламную кампанию, направленную на всех целевых пациентов, привели к дальнейшему росту издержек и снижению прибыли.

выявите причины возникшей ситуации, представьте графически и предложите пути решения проблемы.

Вариант 4

Задача 1

вы работаете менеджером в хозрасчетной поликлинике. За последние месяцы отмечается снижение прибыли от основной деятельности. анализ сложившейся ситуации показал, что в вашем районе обслуживания открылась новая поликлиника с более широким ассортиментом медицинских услуг по более низким ценам.

ваши действия.

Задача 2

вы проводите маркетинговые исследования при создании новой платной медицинской услуги.

Предложите план маркетинговых исследований.

7.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Контроль за ходом учебного процесса и успеваемостью магистрантов осуществляется посредством модульно-рейтинговой системы. Учебный рейтинг магистранта - это показатель успеваемости в баллах, это суммарная оценка за его текущую учёбу, уровень посещаемости занятий, научную и творческую деятельность, результаты рубежного (модульная работа) и итогового (экзамен) контроля.

Учебный рейтинг магистранта определяется посредством трёх видов контроля: текущего контроля, рубежного контроля и итогового контроля.

Текущий контроль - это систематическое отслеживание уровня усвоения материала на семинарских занятиях, а также выполнение интерактивных заданий, участие с докладом на научных конференциях, подготовка презентации с использованием наглядного материала и т.д.

Рубежный контроль проводится по окончании дисциплинарного модуля (раздела) с целью выявления уровня знаний и компетенций магистрантов. Рубежный контроль может проводиться в форме письменной контрольной работы, устного опроса, тестирования, коллоквиума и т.д. или сочетания двух или нескольких из этих форм.

Итоговый контроль знаний, умений и компетенций магистрантов, формируемых дисциплиной, проводится в виде экзамена в форме письменной работы, устного опроса или компьютерного тестирования.

Критерии оценки знаний магистрантов

100 баллов - магистрант показал глубокие и систематизированные знания учебного материала по теме; глубоко усвоил учебную литературу; хорошо знаком с научной литературой; активно использовал материалы из первоисточников; цитировал различных авторов; принимал активное участие в обсуждении узловых вопросов на всём протяжении семинарского занятия; умеет глубоко и всесторонне анализировать те или иные исторические события; в совершенстве владеет соответствующей терминологией; материал излагает чётко и лингвистически грамотно; отличается способностью давать собственные оценки, делать выводы, проводить параллели и самостоятельно рассуждать.

90 баллов - магистрант показал полные знания учебно-программного материала по теме; хорошо усвоил учебную литературу; знаком с научной литературой; использовал материалы из первоисточников; цитировал различных авторов; принимал активное участие в обсуждении узловых вопросов; проявил способность к научному анализу материала; хорошо владеет соответствующей терминологией; материал излагается последовательно и логично; отличается способностью давать собственные оценки, делать выводы, рассуждать; показал высокий уровень исполнения заданий, но допускает отдельные неточности общего характера.

80 баллов - магистрант показал достаточно полное знание учебно-программного материала; усвоил основную литературу, рекомендованную программой; владеет методом комплексного анализа; показал способность аргументировать свою точку зрения с использованием материала из первоисточников; правильно ответил практически на все вопросы преподавателя в рамках обсуждаемой темы; систематически участвовал в групповых обсуждениях; не допускал в ответе существенных неточностей.

70 баллов - магистрант показал достаточно полное знание учебного материала, не допускал в ответе существенных неточностей, активно работал на семинарском занятии, показал систематический характер знаний по дисциплине, цитирует первоисточники, но не может теоретически обосновать некоторые выводы. 60 баллов - магистрант обладает хорошими знаниями по всем вопросам темы семинарского занятия, не допускал в ответе существенных неточно-

стей, самостоятельно выполнил основные предусмотренные программой задания, усвоил основную литературу, отличается достаточной активностью на семинарском занятии; умеет делать выводы без существенных ошибок, но при этом не дан анализ информации из первоисточников.

50 баллов - магистрант усвоил лишь часть программного материала, вместе с тем ответ его стилистически грамотный, умеет логически рассуждать; допустил одну существенную или несколько несущественных ошибок; знает терминологию; умеет делать выводы и проводить некоторые параллели.

40 баллов - магистрант знает лишь часть программного материала, не отличался активностью на семинарском занятии; усвоил не всю основную литературу, рекомендованную программой; нет систематического и последовательного изложения материала; в ответах допустил достаточное количество несущественных ошибок в определении понятий и категорий, дат и т.п.; умеет делать выводы без существенных ошибок; наличие грамматических и стилистических ошибок и др.

30 баллов - магистрант имеет недостаточно полный объём знаний в рамках образовательного стандарта; знает лишь отдельные вопросы темы, кроме того допускает серьёзные ошибки и неточности; наличие в ответе стилистических и логических ошибок.

20 баллов - у магистранта лишь фрагментарные знания или отсутствие знаний по значительной части заданной темы; не знает основную литературу; не принимал участия в обсуждении вопросов по теме семинарского занятия; допускал существенные ошибки при ответе; студент не умеет использовать научную терминологию дисциплины; наличие в ответе стилистических и логических ошибок.

10 балл - отсутствие знаний по теме или отказ от ответа.

Рейтинговые показатели магистранта определяются следующим образом:

Каждый из трёх видов учебного контроля - текущий, рубежный и итоговый - основаны на 100 бальной системе оценивания уровня усвоения магистрантами программного материала. В том числе каждый ответ магистранта на семинарском занятии, независимо от его формы, оценивается по 100 бальной шкале, а при подведении итогов выводится средний рейтинговый балл по текущему контролю.

Например, магистрант по первому модулю набрал за текущую работу 70 баллов (при максимумев 100 баллов), а на рубежном контроле 80 баллов (при максимуме в 100 баллов). Тогда средний рейтинговый балл по первому дисциплинарному модулю составит 75 баллов ($70 \times 0,5 + 80 \times 0,5 = 75$ баллов). По второму модулю магистрант набрал баллов. В таком случае средний балл магистранта по итогам изучения двух дисциплинарных модулей т.е. промежуточной аттестации (промежуточного контроля) составит 80 баллов ($75 \times 0,5 + 85 \times 0,5 = 80$).

Итоговый контроль преследует цель оценить работу магистранта за курс или семестр, уровень его теоретических знаний, умение анализировать информацию, развитие творческого мышления, приобретение навыков самостоятель-

ной работы. Экзамен может проводиться в форме компьютерного тестирования, либо по билетам в устной или письменной форме.

Ответ магистранта на экзамене оценивается также по 100 бальной шкале. Учебный рейтинг магистранта определяется по сумме промежуточной аттестации (промежуточного контроля) и экзамена (итогового контроля). Например, магистрант по результатам промежуточного контроля получил 80 баллов, а на экзамене - 90 баллов. В таком случае рейтинг магистранта составит 85 баллов. - $80 \times 0,5 + 90 \times 0,5 = 85$.

Шкала диапазона для перевода рейтингового балла по дисциплине с учётом итогового контроля в «5»- балльную систему. 0 - 50 баллов - «неудовлетворительно»; - 65 баллов - «удовлетворительно»; 66 - 85 баллов - «хорошо»; 86-100 баллов - «отлично».

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная литература

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. - 9-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 446 с. : табл., схемы, граф. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02263-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=418086> (02.04. 2018).

2. Романов, А.И. **Маркетинг** и конкурентоспособность медицинской организации : монография / А.И. Романов, В.В. Кеворков ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательский дом «Дело», 2016. - 395 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7749-1126-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=486975> (02.04.2018).

3. Захаров, Б.Л. **Маркетинговые** подходы к ценообразованию на медицинские услуги / Б.Л. Захаров. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 107 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87361> (08.03.2018).

б) дополнительная литература

1. Общественное здоровье и здравоохранение : учебник : в 2-х ч. / под ред. И.А. Наумова. - Минск : Вышэйшая школа, 2013. - Ч. 2. - 352 с. - ISBN 978-985-06-2299-0 То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235774> (03.03.2018).

2. Поляков И.В., Уваров С.И., Водяненко И.М., Ланкин К.А. Маркетинг медицинских услуг в условиях медицинского страхования. Методическое пособие. Санкт-Петербург - Саратов, 1996. 90с. То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=128375> (03.03.2018).

3. Кучеренко В.З., Филатов В.И., Рагимов Д.М. Маркетинг в здравоохранении - система регулирования рынка медицинских услуг. /Сб. Развитие экономических отношений в здравоохранении. ВНИИ СГЭиУЗ им. Н.А. Семашко. М., 1991, с. 14-17. То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117886> (03.03.2018).

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

В самостоятельной работе магистранта могут быть использованы кроме основной и дополнительной литературы следующие интернет ресурсы, доступ к которым предоставляет Научная библиотека Дагестанского государственного университета:

1. <http://elib.dgu.ru/?q=node/876> - Научная библиотека ДГУ
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС IPRbooks:
3. www.biblioclub.ru - Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн (архив)»
4. <http://elibrary.ru> - Научная электронная библиотека
5. <http://нэб.пф/> - Национальная электронная библиотека
6. <http://window.edu.ru/> - Образовательный ресурс
7. <http://link.springer.com/> - Электронный ресурс Springer
8. webofknowledge.com – Международная база цитирования Web of Science
9. [http:// www.scopus.com](http://www.scopus.com) / - Реферативная база данных Scopus
10. [http:// search.proquest.com](http://search.proquest.com) / - База данных зарубежных диссертаций PQDT Global
11. [http:// www.sciencemag.org](http://www.sciencemag.org) / - Электронные ресурсы Science AAAS
12. [http:// journals.sagepub.com](http://journals.sagepub.com) / Sage/73- Электронные ресурсы журналов БД SAGE Premier

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Важнейшей задачей учебного процесса в университете является формирование у магистранта общекультурных и профессиональных компетенций, в том числе способностей к саморазвитию и самообразованию, а также умений творчески мыслить и принимать решения на должном уровне. Выработка этих компетенций возможна только при условии активной учебно-познавательной деятельности самого магистранта на всем протяжении образовательного процесса.

Такие виды учебно-познавательной деятельности магистранта как лекции, семинарские занятия и самостоятельная работа составляют систему вузовского образования.

Лекция является главным звеном дидактического цикла обучения в отечественной высшей школе. Несмотря на развитие современных технологий и

появление новых методик обучения лекция остаётся основной формой учебного процесса. Она представляет собой последовательное и систематическое изложение учебного материала, разбор какой-либо узловой проблемы. Вузовская лекция ориентирована на формирование у магистрантов информативной основы для последующего глубокого усвоения материала методом самостоятельной работы, призвана помочь магистранту сформировать собственный взгляд на ту или иную проблему.

Одной из важнейших составляющих вузовского образования является **семинарское занятие**, которое представляет собой одну из форм практических занятий. Семинарские занятия способствуют углубленному изучению наиболее сложных проблем отечественной и мировой истории и являются одной из основных форм подведения итогов самостоятельной работы магистрантов. На семинарских занятиях студенты учатся грамотно излагать свои мысли и суждения, вести дискуссию по тем или иным проблемам, убеждать оппонента и опровергать его доводы, доказывать и отстаивать свою точку зрения, отстаивать свои убеждения и мировоззренческие взгляды.

При подготовке к семинарскому занятию магистранту необходимо внимательно изучить конспект лекции и рекомендованную преподавателем литературу и электронные ресурсы. При этом желательно законспектировать обязательную литературу, выписать необходимые сведения из источников и подходящие цитаты. В процессе подготовки следует обращать внимание в первую очередь на причинно-следственную связь исторических событий и явлений. Необходимо нацелить себя на то, что на семинарском занятии придётся не просто излагать исторические события в хронологическом порядке, а отвечать на вопросы преподавателя и аудитории, вступать в диспут, что потребует необходимость аргументировать свои оценки и выводы, приводить в качестве доказательной базы сведения из исторических источников. Такая форма проведения семинарских занятий способствует расширению научного кругозора магистранта, знакомить его с важнейшими проблемами отечественной истории.

Рейтинговый балл магистранта на каждом занятии зависит от его инициативности, качества выполненной работы, аргументированности выступления, характера использованного материала и т.д. Важно помнить, что значительно повышает качество ответа, соответственно выше рейтинговый текущий балл в случае использования и цитирования в ответе первоисточника.

Уровень усвоения материала напрямую зависит от внеаудиторной самостоятельной работы, которая традиционно такие формы деятельности, как выполнение письменного домашнего задания, подготовка к разбору ранее прослушанного лекционного материала на семинарском занятии, подготовка доклада, выполнение реферата и др.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Информационные средства обучения: электронные учебники, учебные фильмы по тематике дисциплины, презентации, интерактивные учебные и наглядные

пособия, технические средства предъявления информации (многофункциональный мультимедийный комплекс) и контроля знаний (тестовые системы). Электронные ресурсы Научной библиотеки ДГУ: ЭБС «Айбукс», ЭБС «Юрайт», ресурсы издательства Шпрингер, мультимедийный научно-популярный портал «Чердак», цифровой контент NathiTrust, портал Национальной электронной библиотеки *неб.рф*, Интернет каталог Google, электронно-образовательные ресурсы Дагестанского государственного университета.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лекционная аудитория № ____, оборудованная многофункциональным мультимедийным комплексом (Acer 1024-768), видеомонитор, звукоусиливающее оборудование, персональный компьютер Intel(R) Celeron(R) CPU B820 @ 1.70GHz ОЗУ 4ГБ.