

**Аннотация**  
**к рабочей программе по дисциплине**  
**«Маркетинг в здравоохранении»**

Направление подготовки (специальность) 34.03.01 *Сестринское дело*

Уровень высшего образования *бакалавриат*

Квалификация (степень) выпускника *Академическая медицинская сестра (для лиц мужского пола- Академический медицинский брат). Преподаватель*

Факультет *Институт сестринского образования*

Форма обучения *очная*

Трудоемкость (зачетные единицы; часы)	2 З.Е., 72 часа
Цель дисциплины	Овладение студентом современным экономическим мышлением, методами маркетинга в здравоохранении, умениями решать экономические задачи в области профессиональной сестринской деятельности, навыками предпринимательской и менеджерской деятельности.
Место дисциплины в структуре образовательной программы	Изучается в 7 семестре, реализуется в рамках вариативной части БЛОКА 1 «Дисциплины (модули)».
Обеспечивающие (предшествующие) дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> <li>• правоведение;</li> <li>• информационные технологии в профессиональной деятельности;</li> <li>• иностранный язык;</li> <li>• правовые основы охраны здоровья, медбиоэтика;</li> <li>• общественное здоровье и здравоохранение.</li> </ul>
Обеспечиваемые (последующие) дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> <li>• учебная практика «исследования в сестринской практике»;</li> <li>• производственные практики: «сестринские исследования и доказательная практика» и «преддипломная практика».</li> </ul>
Формируемые компетенции	ОПК-2, ПК-21, ПК-22
Результаты освоения дисциплины	<p style="text-align: center;"><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• современное состояние и перспективы</li> </ul>

	<p>развития сферы услуг;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• структуру и механизм действия рынка медицинских услуг;</li> <li>• ценообразование на медицинские услуги, виды и структуру цен;</li> <li>• вопросы планирования и финансирования здравоохранения в современных условиях;</li> <li>• основные источники правового регулирования маркетинговой деятельности в медицине;</li> <li>• понятие и содержание маркетингового права;</li> <li>• особенности маркетинга медицинской сферы услуг;</li> <li>• основные источники информации для маркетинговых исследований в медицине;</li> <li>• правовые нормы регулирования организации предпринимательской деятельности;</li> <li>• составляющие внешней среды организации прямого и косвенного воздействия;</li> <li>• инновации в сестринской практике;</li> <li>• актуальные и потенциальные возможности продвижения медицинских услуг;</li> <li>• план проведения маркетинговых исследований;</li> <li>• процессы получения маркетинговой информации;</li> <li>• виды кабинетных и полевых исследований;</li> <li>• основы проведения маркетинговых экспериментов.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• применять основные экономические знания;</li> <li>• осуществить исследование намерений потребителей медицинских услуг, не нарушив прав и законных интересов опрашиваемых;</li> <li>• использовать маркетинговую информацию и выявлять потребности</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• пациентов;</li> </ul>
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• дать правильную правовую оценку производственных ситуаций в профессиональной деятельности;</li> <li>• проводить анализ внешней и внутренней среды организации;</li> <li>• ставить и решать задачи операционного маркетинга;</li> <li>• фиксировать происходящие процессы при наблюдении;</li> <li>• проводить исследование текстового массива методом контент-анализа;</li> <li>• проводить корреляционный анализ;</li> <li>• проводить качественные исследования методом экспертных оценок.</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• навыками сбора и обработки необходимых данных об экономических процессах;</li> <li>• расчета цен на медицинские услуги;</li> <li>• навыком юридически корректно строить отношения с потребителями медицинских услуг, предельно удовлетворить их запросы и реализовать их экономические интересы;</li> <li>• навыками подготовки экономических обзоров научной литературы и электронных информационно-образовательных ресурсов в сфере медицинских услуг;</li> <li>• навыком составления договора поставки, договор поручения;</li> <li>• методикой SWOT-анализа;</li> <li>• навыками личных продаж;</li> <li>• навыками построения опросных листов для потребителей;</li> <li>• навыками подготовки презентаций в формате Power Point</li> <li>• публичной презентации маркетингового исследования.</li> </ul>
<p>Основные разделы дисциплины</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Маркетинг в системе рыночных отношений в здравоохранении.</li> <li>2. Маркетинг как инструмент продвижения на рынке медицинских услуг.</li> <li>3. Маркетинг в здравоохранении и предпринимательство.</li> </ol>

Виды учебной работы	Лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа студента.
Используемые инновационные (активные и интерактивные) методы обучения	Лекция-визуализация, деловая игра.
Формы текущего (рубежного) контроля	Тестирование, устный опрос, решение задач, контрольные работы.
Форма промежуточной аттестации	Зачет