

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Маркетинг в здравоохранении»**

по направлению подготовки 34.04.01 Управление сестринской деятельностью
форма обучения: очная

1. Цель и задачи освоения дисциплины.

Цель освоения дисциплины «Маркетинг в здравоохранении» при освоении программы магистратуры по специальности 34.04.01 управление сестринской деятельностью: подготовка магистра, владеющего системой универсальных и профессиональных компетенций, способного и готового к осуществлению самостоятельной профессиональной деятельности в организациях, занятых в сфере здравоохранения, и их структурных подразделениях, а также к осуществлению деятельности по анализу, обобщению и оценке проблем управления маркетинговой деятельностью медицинской организации.

Задачи освоения дисциплины «Маркетинг в здравоохранении» при освоении программы магистратуры по специальности 34.04.01 «Управление сестринской деятельностью»:

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

2. Овладение необходимым уровнем знаний организации управления маркетинговой деятельностью медицинской организации в современных условиях (применительно к ОМС, платным услугам), психологии взаимодействия с субъектами рыночных отношений, формирования маркетинговых коммуникаций.

3. Совершенствование знаний по вопросам регулирования рынка медицинских услуг, включая вопросы выработки и реализации маркетинговых стратегий и программ в условиях современных рыночных отношениях в разных секторах отечественного здравоохранения

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

2. Перечень планируемых результатов обучения.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (или ее части)
1	2
Организационно-управленческая деятельность	ОПК-3 Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в деятельность сестринской службы медицинской организации
ИД 3.1 Знает сущность товарной политики, методы позиционирования медицинских товаров	

и услуг;
 методы ценообразования, внутренние и внешние факторы, определяющие цену медицинско-го товара или услуги;
 понятие маркетинговой информационной системы, источники маркетинговой информации и требования к ней;
 основные методики проведения маркетинговых исследований в условиях медицинской орга-низации;
 особенности планирования маркетинговой деятельности в организации;
 задачи конкурентной политики в здравоохранении.

ИД 3.2 Умеет анализировать статистические данные для изучения основных тенденций и со-ставления 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.

ИД 3.3 Владеет навыками отбора эффективного метода доведения информации до потреби-телей;

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>Организационно-управленческая деятельность</p>	<p>ПК-2 Способен к организации деятельности (работы) подразделения, больницы (дома) сестринского ухода, хосписа и деятельности среднего и младшего медицин-ского персонала</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 медицин-ской 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 ор-ганизации;
 виды мотивирования и стимулирования работников;
 сущность маркетинговой деятельности организации здравоохранения;
 нормативное обеспечение и организация маркетинговой деятельности медицинской органи-зации;
 принципы организации маркетинговой службы в современной организации.
 принципы внедрения инноваций в деятельность персонала.

ИД 2.2 Умеет организовывать и проводить оценку качества деятельности среднего и млад-шего медицинского персонала структурного подразделения медицинской организации в об-

ласти 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 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.

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 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 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.

3. Место учебной дисциплины в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Маркетинг в здравоохранении» относится к Блоку 1 базовой (Б1.Б.3) части федерального государственного стандарта высшего образования по специальности 34.04.01 «Управление сестринской деятельностью».

Для освоения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения, навыки, сформированные предшествующими дисциплинами специальности «Сестринское дело».

4. Трудоемкость учебной дисциплины - 3 зачетных единицы, 108 академических часов.

5. Формы аттестации – зачет, 2 семестр.