

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Павлов Валентин Николаевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 01.12.2022 11:28:31  
Уникальный программный ключ:  
a562210a8a161d1bc9a34c4a0a3e820ac76b9d73665849e6d6db2e5a4e71d6ee

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
МИНИСТЕРСТВА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Кафедра общественного здоровья и организации здравоохранения ИДПО

УТВЕРЖДАЮ



И.о. проректора по учебной работе  
*Р.А.* А.А. Цыглин  
» *М.А.* 2022г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении**

Направление подготовки 32.04.01 Общественное здравоохранение

Направленность (магистерская программа) «Управление медицинской организацией»

**Форма обучения**

очная

**Срок освоения ООП**

2 года

Курс I

Семестр 2

Контактная работа - 66 часов.

Зачет

Лекции - 18 часов.

Всего 144 часа.

Практические занятия - 48 часов.

(4 зачетных единиц)

Самостоятельная работа - 78 часов




При разработке рабочей программы учебной дисциплины «Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении» в основу положены:

- 1) Федеральный закон от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- 2) ФГОС ВО по направлению подготовки 32.04.01 «Общественное здравоохранение» (уровень магистратуры), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 31.05.2017 №485,
- 3) Учебный план подготовки кадров высшей квалификации в магистратуре по направлению подготовки 32.04.01 Общественное здравоохранение (профиль – Управление медицинской организацией), утвержденный Ученым Советом ФГБОУ ВО БГМУ Минздрава России от «25» мая 2021 г., протокол №6

Рабочая программа учебной дисциплины «Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении» одобрена на заседании кафедры общественного здоровья и организации здравоохранения ИДПО, от «24» мая 2022 г., протокол №8

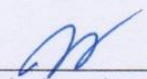
Заведующий кафедрой д.м.н.

  
(подпись)

Р.Я. Нагаев  
ФИО

Рабочая программа учебной дисциплины «Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении» одобрена УМС по программам бакалавриата и магистратуры от «21» июня 2022г., протокол № 1.

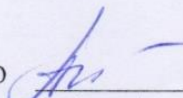
Председатель УМС  
по программам  
бакалавриата и магистратуры

  
(подпись)

К.В. Храмова

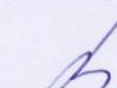
**Разработчики:**

Профессор кафедры общественного здоровья и организации здравоохранения ИДПО, д.м.н., профессор

  
(подпись)

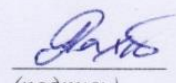
С.Г. Ахмерова

Доцент кафедры общественного здоровья и организации здравоохранения ИДПО, к.м.н.

  
(подпись)

Г.Х. Ахмадуллина

Доцент кафедры общественного здоровья и организации здравоохранения ИДПО, к.м.н.

  
(подпись)

А.С. Рахимкулов

## Содержание рабочей программы

		Стр.
1.	Пояснительная записка	4
2.	Вводная часть	4
3.	Основная часть	9
3.1.	Объем учебной дисциплины (модуля) и виды учебной работы	9
3.2.	Разделы учебной дисциплины и компетенции, которые должны быть освоены при их изучении	9
3.3.	Разделы учебной дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы контроля	10
3.4.	Название тем лекций и количество часов по семестрам изучения учебной дисциплины (модуля)	11
3.5.	Название тем практических занятий и количество часов по семестрам изучения учебной дисциплины (модуля)	11
3.6.	Лабораторный практикум	11
3.7.	Самостоятельная работа обучающегося	12
3.8.	Оценочные средства для контроля успеваемости и результатов освоения учебной дисциплины (модуля)	14
3.9.	Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины (модуля)	16
3.10.	Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины (модуля)	19
3.11.	Образовательные технологии	20
3.12.	Разделы учебной дисциплины (модуля) и междисциплинарные связи с последующими дисциплинами	20
4.	Методические рекомендации по организации изучения дисциплины	20

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении» разработана на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (далее ФГОС ВО) – магистратура по направлению подготовки 32.04.01 Общественное здравоохранение, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 31 мая 2017 г. № 485.

Программа дисциплины «Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении» по направлению подготовки 32.04.01 Общественное здравоохранение (профиль – «Управление медицинской организацией») формирует компетенции магистра в соответствии с требованиями ФГОС ВО, обязательные при реализации основных профессиональных образовательных программ высшего образования – программ подготовки кадров высшей квалификации в магистратуре и обеспечивающих решение профессиональных задач защиты персональных данных здравоохранения в процессе осуществления всех видов профессиональной деятельности.

## 2. ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

### 2.1. Цель и задачи освоения дисциплины «Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении»

**Цель** освоения учебной дисциплины (модуля) «Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении» состоит в овладении знаниями в области основ рыночной экономики, теоретических и практических аспектов управления здравоохранением на современном этапе экономики, знания маркетинговой политики и основ бизнес-планирования.

#### **Задачи дисциплины:**

- приобретение обучающимися знаний в области маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении;
- освоение обучающимися методов анализа и интерпретации медико-демографических показателей, характеризующих общественное здоровье;
- освоение обучающимися методов сбора данных и принципами оценки результатов деятельности медицинской организации на основе медико-статистических показателей;
- освоение обучающимися принципов проведения маркетингового анализа деятельности медицинских организаций различного типа;
- приобретения обучающимися навыков составления бизнес-плана деятельности медицинских организаций различного типа;
- формирование навыков изучения научной литературы, официальных статистических сборников.

### 2.2. Место учебной дисциплины «Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении» в структуре ООП специальности

Учебная дисциплина «Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении» относится к обязательным дисциплинам вариативной части учебного плана программы магистратуры «Общественное здравоохранение» (профиль - Управление медицинской организацией).

2.2.1. Изучение дисциплины «Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении» базируется на следующих дисциплинах: «Общественное здоровье и здравоохранение», «Экономика и финансирование здравоохранения».

2.2.2. Для изучения учебной дисциплины «Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении» обучающийся должен по дисциплине «Общественное здоровье и здравоохранение»:

Знать общественное устройство государства, государственную политику в области охраны здоровья населения, общественного здоровья и здравоохранения,

Владеть способами познавательной, коммуникативной, практической деятельности, необходимыми для участия в жизни гражданского общества и государства;

Уметь получать и критически осмысливать социальную (в том числе экономическую и правовую) информацию, анализировать, систематизировать полученные данные;

Сформировать компетенции анализа информации на основе метода критического мышления, анализа и синтеза; способности и готовности к самостоятельной информационно-познавательной деятельности, включая умение ориентироваться в различных источниках информации, критически оценивать и интерпретировать информацию, получаемую из различных источников.

Для изучения учебной дисциплины «Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении» обучающийся должен по дисциплине «Экономика и финансирование здравоохранения»:

Знать социально-экономическую значимость развития здравоохранения; вопросы финансирования и управления движением финансовых ресурсов организаций здравоохранения; способы оплаты стационарной и амбулаторной медицинской помощи; сущность методологии ценообразования медицинской услуги; формы оплаты труда медицинских работников в условиях рынка; нормативно-правовую базу оказания платных медицинских услуг; основные показатели эффективности функционирования медицинской организации; характеристику потребителя услуг здравоохранения как основного объекта и субъекта экономических отношений; факторы спроса и предложения на рынке медицинских услуг; формы и каналы продвижения медицинских услуг на рынок.

Уметь анализировать реформирование экономических отношений в здравоохранении РФ и давать им оценку; анализировать источники финансирования здравоохранения; анализировать методы оплаты медицинской помощи; на основе знаний об эффективном использовании материальных, трудовых и финансовых ресурсов здравоохранения находить управленческие решения по снижению затрат; определять «изъяны» рынка медицинских услуг с учетом факторов, влияющих на формирование спроса и предложения на медицинские услуги; рассчитывать издержки на содержание медицинской организации; рассчитывать цену медицинской услуги .

Владеть практическими навыками вычислительной культуры, логического мышления, сбора и обработки информации для проведения исследования и экономического анализа деятельности медицинской организации.

Сформировать компетенции способности и готовности к применению экономических и финансовых знаний в деятельности медицинской организации. Иметь представление о роли здравоохранения в экономической жизни общества и в системе экономических наук; сущности предпринимательства в здравоохранении; особенности функционирования здравоохранения в системе рыночных отношений; экономических основах развития общей врачебной практики и семейной медицины

### **2.3. Требования к результатам освоения учебной дисциплины «Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении»**

#### **2.3.1. Типы профессиональной деятельности, которые лежат в основе преподавания дисциплины «Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении»:**

1. организационно-управленческий;
2. научно-исследовательский.

#### **2.3.2. Изучение учебной дисциплины «Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении» направлено на формирование у обучающихся следующих универсальных (УК), общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций:**

### Универсальные компетенции (УК)

№ п/п	Номер/индекс компетенции с содержанием компетенции (или ее части)/ трудовой функции	Номер индикатора компетенции с содержанием (или ее части)	Индекс трудовой функции и ее содержание	Перечень практических навыков по овладению компетенцией	Оценочные средства
1	2	3	4	5	6
№ 1	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	<p>УК-1.1. Выявляет проблемную ситуацию в процессе анализа проблемы, определяет этапы ее разрешения с учетом вариативных контекстов.</p> <p>УК-1.2. Идентифицирует, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для выработки стратегии действий по разрешению проблемной ситуации.</p> <p>УК-1.3. Формулирует цели и рассматривает различные варианты решения проблемной ситуации на основе системного подхода, оценивает их преимущества и риски.</p> <p>УК-1.4. Выдвигает версии решения проблемы, формулирует гипотезы, стратегию действий.</p> <p>УК-1.5. Обосновывает целевые индикаторы и</p>		Получать и критически осмысливать социальную (в том числе экономическую и правовую) информацию, анализировать, систематизировать полученные данные;	Вопросы к собеседованию Ситуационные задачи Тестовые задания

		оценивает практические последствия реализации действий по разрешению проблемной ситуации.			
№ 2	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	<p>УК-2.1. Выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности и их реализации, определяет этапы жизненного цикла проекта.</p> <p>УК-2.2. Определяет проблему, на решение которой направлен проект, грамотно формулирует цель и определяет исполнителей проекта.</p> <p>УК-2.3. Проектирует решение конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.</p> <p>УК-2.4. Организует обсуждение проекта, оценивает риски и результаты проекта.</p> <p>УК-2.5. Публично представляет результаты проекта</p>		<p>Разработка планов перспективного развития медицинской организации</p> <p>Анализ выполнения планов и программ деятельности структурных подразделений медицинской организации</p> <p>Взаимодействие с руководством медицинской организации, руководителями структурных подразделений медицинской организации и с организациями различных организационно-правовых форм</p>	<p>Вопросы к собеседованию</p> <p>Ситуационные задачи</p> <p>Тестовые задания</p>

## 2.2.Профессиональные компетенции (ПК) (в т.ч. их соответствие трудовым

функциям)

№ п/п	Номер/индекс компетенции с содержанием компетенции (или ее части)/ трудовой функции	Номер индикатора компетенции с содержанием (или ее части)	Индекс трудовой функции и ее содержание	Перечень практических навыков по овладению компетенцией	Оценочные средства
1	2	3	4	5	6
№ 1	ПК-2. Способность и готовность к управлению процессами, обеспечивающими качество медицинской помощи, к использованию маркетинговых технологий в области общественного здоровья и здравоохранения	ПК-2.1. Демонстрирует готовность к деятельности по управлению процессами, обеспечивающими качество медицинской помощи  ПК-2.2. Демонстрирует готовность к использованию маркетинговых технологий в области общественного здоровья и здравоохранения		Разрабатывать бизнес-план развития медицинской организации Организовывать и проводить внутренний контроль качества и безопасности медицинской деятельности в подразделениях медицинской организации Проводить публичные выступления и организовывать взаимодействие со СМИ и с общественностью	Вопросы к собеседованию Ситуационные задачи Тестовые задания
№ 2	ПК-6 Способность и готовность к управлению медицинской организацией	ПК-6.1. Демонстрирует готовность к управлению ресурсами медицинской организации, взаимодействию с другими организациями ПК-6.2. Демонстрирует готовность к организации деятельности медицинской организации к стратегическому планированию, обеспечению		Организация публичных мероприятий	Собеседование Тестирование



		развития медицинской организации			
--	--	--	--	--	--

### 3. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

#### 3.1. Объем учебной дисциплины «Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении» и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов/ зачетных единиц	Семестр 2 часов / ЗЕТ
<b>Контактная работа (всего),</b> в том числе:	66/1,83	66/1,83
лекции (Л)	18/0,5	18/0,5
практические занятия (ПЗ)	48/1,33	48/1,33
<b>Самостоятельная работа обучающегося (СРО),</b> в том числе:	78/2,17	78/2,17
<i>подготовка к занятиям (ПЗ)</i>	26/0,72	26/0,72
<i>подготовка к текущему контролю (ПТК)</i>	26/0,72	26/0,72
<i>подготовка к промежуточному контролю (ППК)</i>	26/0,72	26/0,72
<b>ИТОГО: Общая трудоемкость</b>	144/4	144/4

#### 3.2. Разделы учебной дисциплины «Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении» и компетенции, которые должны быть освоены при их изучении

№ п/п	№ компетенции/ трудовой функции	Наименование раздела учебной дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах (темы разделов и подразделов)
1	Управление ресурсами медицинской организации, взаимодействие с другими организациями УК-1, УК-2.	Сущность и содержание маркетинга в здравоохранении	Основные понятия маркетинга. Функции и задачи маркетинга. Управление спросом. Виды маркетинга. Социальный маркетинг
2	Способность и готовность к управлению процессами, обеспечивающими качество медицинской помощи, к использованию маркетинговых технологий в области общественного здоровья и здравоохранения. Способность и готовность к	Маркетинговый анализ	Классификация рынков. Сегментация рынка. Позиционирование товара. Маркетинговый аудит. Жизненный цикл товара (услуги)

	управлению медицинской организацией ПК-2, ПК-6.		
--	--	--	--

### 3.3. Разделы учебной дисциплины «Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении», виды учебной деятельности и формы контроля

№ п/п	№ семестра	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Виды учебной деятельности, в т.ч. самостоятельная работа обучающихся (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестрам)
			Л	ПЗ	СРО	всего	
1	2	Сущность и содержание маркетинга в здравоохранении	4	8	18	30	1.устный опрос 2.тестирование
2	2	Маркетинговый анализ	4	12	20	36	1.устный опрос 2.тестирование 3.ситуационные задачи
3	2	Ценообразование и ассортиментная политика	4	12	20	36	1.устный опрос 2.тестирование 3.ситуационные задачи
4	2	Бизнес-планирование в здравоохранении	6	16	20	42	1.устный опрос 2.тестирование 3. ситуационные задачи
		<b>Итого</b>	18	48	78	144	

### 3.4. Название тем лекций и количество часов по семестрам изучения учебной дисциплины «Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении»

№ п/п	Название тем лекций учебной дисциплины	Семестр 2/ к-во часов
<b>1</b>	<b>Сущность и содержание маркетинга в здравоохранении</b>	<b>4</b>
1.1	Основные понятия маркетинга. Функции и задачи маркетинга.	2
1.2	Управление спросом.	1
1.3	Виды маркетинга. Социальный маркетинг	1
<b>2</b>	<b>Маркетинговый анализ</b>	<b>4</b>
2.1	Классификация рынков. Сегментация рынка.	1
2.2	Позиционирование товара.	1
2.3	Маркетинговый аудит.	1
2.4	Жизненный цикл товара (услуги)	1
<b>3</b>	<b>Ценообразование и ассортиментная политика</b>	<b>4</b>
3.1	Основы рыночного ценообразования	1
3.2	Система цен и их классификация.	1
3.3	Ассортиментная политика. Распределение и продвижение товара	1

3.4	Конкурентоспособность товара	1
<b>4</b>	<b>Бизнес-планирование в здравоохранении</b>	<b>6</b>
4.1	Цель разработки, основные задачи и принципы бизнес-планирования	2
4.2	Виды бизнес-планов. Структура бизнес-плана.	2
4.3	Критерии и показатели оценки бизнес-плана.	2
	<b>итого</b>	<b>18</b>

### 3.5. Название тем практических занятий и количество часов по семестрам изучения учебной дисциплины «Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении»

№ п/п	Название тем лекций учебной дисциплины	Семестр 2/ к-во часов
<b>1</b>	<b>Сущность и содержание маркетинга в здравоохранении</b>	<b>8</b>
1.1	Основные понятия маркетинга. Функции и задачи маркетинга.	4
1.2	Управление спросом.	2
1.3	Виды маркетинга. Социальный маркетинг	2
<b>2</b>	<b>Маркетинговый анализ</b>	<b>12</b>
2.1	Классификация рынков. Сегментация рынка.	2
2.2	Позиционирование товара.	2
2.3	Маркетинговый аудит.	6
2.4	Жизненный цикл товара (услуги)	2
<b>3</b>	<b>Ценообразование и ассортиментная политика</b>	<b>12</b>
3.1	Основы рыночного ценообразования	2
3.2	Система цен и их классификация.	4
3.3	Ассортиментная политика. Распределение и продвижение товара	4
3.4	Конкурентоспособность товара	2
<b>4</b>	<b>Бизнес-планирование в здравоохранении</b>	<b>16</b>
4.1	Цель разработки, основные задачи и принципы бизнес-планирования	4
4.2	Виды бизнес-планов. Структура бизнес-плана.	6
4.3	Критерии и показатели оценки бизнес-плана.	6
	<b>итого</b>	<b>48</b>

### 3.6. Лабораторный практикум

Не предусмотрен

### 3.7. Самостоятельная работа обучающегося.

Виды самостоятельной работы: подготовка к занятиям, подготовка к тестированию, подготовка к текущему контролю

#### 3.7.1. Виды СРО .

№ п/п	№ семестра	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды СРО	Всего часов
1	1	Сущность и содержание маркетинга в здравоохранении	подготовка к занятию, подготовка к текущему контролю, подготовка к тестированию	18
2	1	Маркетинговый анализ	подготовка к занятию, подготовка к	20

			текущему контролю, подготовка к тестированию	
3	1	Ценообразование и ассортиментная политика	подготовка к занятию, подготовка к текущему контролю, подготовка к тестированию	20
4	1	Бизнес-планирование в здравоохранении	подготовка к занятию, подготовка к текущему кон-тролю, подготовка к тестированию	20
<b>ИТОГО часов в семестре</b>				<b>78</b>

### 3.7.2. Примерная тематика контрольных вопросов

#### Семестр 2

1. Назовите основные понятия в маркетинге.
2. Что такое потребность? Приведите примеры.
3. Как определяется нужда в системе маркетинга. Дайте характеристику понятия «нужда» применительно к здравоохранению.
4. Что такое обмен в системе маркетинга
5. Перечислите условия для совершения обмена.
6. Укажите характерные черты конкурентоспособности.
7. Каким образом можно оценить конкурентоспособность медицинских организаций.
8. Посредством чего осуществляется стратегический контроль
9. Какие принципы в системе маркетинга вы знаете
10. Цель и задачи маркетинга.
11. Что такое управление маркетингом. Кто такой управляющий по маркетингу.
12. Концепции маркетинга. Их характеристика.
13. Какая концепция маркетинга в здравоохранении направлена на удовлетворение нужд и потребностей пациентов
14. Из каких элементов складывается процесс управления маркетингом
15. Что такое маркетинговая среда
16. Виды маркетинговой среды, характеристика.
17. Какие факторы составляют макросреду маркетинга
18. Какое влияние факторы макросреды оказывают на производителей и потребителей медицинских услуг
19. Перечислите предпосылки возникновения маркетинга медицинских услуг.
20. Перечислите виды маркетинга в здравоохранении.
21. Каковы особенности рынка медицинских услуг
22. Категории рынка. В чем заключается их медицинская специфичность
23. Каковы основные средства контроля за выполнением годовых планов
24. Представьте классификацию видов спроса на медицинские услуги
25. Какой информацией надо располагать для изучения потребительского спроса
26. Перечислите этапы расчета цены.
27. Какие применяются цены на медицинские услуги
28. Что такое сегментация рынка Какие принципы сегментации вы знаете в практике работы медицинских организаций.
29. Что такое комплекс маркетинга
30. Факторы маркетинга. Характеристика.

31. Жизненный цикл медицинской услуги. Характеристика
32. Стратегии ценообразования в маркетинге.
33. Технология маркетингового исследования в здравоохранении.
34. Каковы основные этапы исследования рынка
35. Что подразумевается под каналами товародвижения медицинских услуг
36. Какие различают каналы товародвижения
37. В чем заключается экономическое значение рекламы
38. Мероприятия по стимулированию сбыта, применяемые в здравоохранении
39. Дайте определение стратегии.
41. В чем заключается миссия организации
42. Что представляет собой краткосрочный план
43. Типы маркетингового контроля.
  - Что такое «бизнес-планирование». Какое значение в современной экономике придается бизнес планированию
    - Какие проблемы бизнес-планирования Вы знаете
    - Какие принципы бизнес-планирования Вам известны
    - Перечислите основные методы бизнес-планирования.
    - Перечислите основные приемы бизнес-планирования.
    - Задачи бизнес-планирования.
    - Перечислите виды бизнес-планов.
    - Перечислите элементы структуры бизнес плана.
    - Назовите правила составления и оформления бизнес-плана.
    - Какая информация об инициаторах проекта должна быть представлена в бизнес-плане
  - Что такое резюме бизнес-плана
  - Что такое технико-экономическое обоснование проекта?

### 3.8. Оценочные средства для контроля успеваемости и результатов освоения учебной дисциплины «Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении»

#### 3.8.1. Виды контроля, формы оценочных материалов (оценочных средств)

№ п/п	№ семестра	Виды контроля	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Оценочные средства		
				Форма	Кол-во вопросов в задании	Кол-во независимых вариантов
1	1	входной, текущий	Сущность и содержание маркетинга в здравоохранении	тесты контрольные вопросы	10 3	40 20
2	1	текущий	Маркетинговый анализ	тесты контрольные вопросы ситуационные задачи	10 3 1	40 20 5
3	1	текущий	Ценообразование и ассортиментная политика	тесты контрольные вопросы ситуационные задачи	10 3 1	40 20 5



4	1	текущий	Бизнес-планирование в здравоохранении	тесты, контрольные вопросы ситуационные задачи	10 3 1	40 20 5
---	---	---------	---------------------------------------	--	--------------	---------------

### 3.8.2. Примеры оценочных средств


для входного контроля (ВК)	Контрольный вопрос: Что такое «бизнес-планирование»?
	Тест 1. Маркетинг - это: а) формирование рынка. б) сбыт товара или услуги. в) реклама товара или услуги. г) вид деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена.
для текущего контроля (ТК)	Тест 2. Товар - это все, что: 1. может удовлетворить потребность или нужду и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления. 2. продается и покупается за деньги в условиях рыночной экономики. 3. составляет материальные ценности, которые продаются на рынке. 4. обладает ценой и может быть представлено на продажу. 5. способно оказать услугу, т.е. удовлетворить нужду: изделия, услуги, личности, места, организации, виды деятельности и идеи.
	Контрольный вопрос: Назовите элементы маркетингового исследования.. Тест 1. Рынок медицинских услуг с позиции маркетинга - это: а) медицинские учреждения. б) врачи. в) аптечные учреждения. г) медицинское оборудование.

	<p>д) совокупность существующих и потенциальных пациентов. Тест 2. Рыночная цена медицинской услуги: 1 это цена предложения. 2 это цена спроса. 3 складывается в результате взаимодействия спроса и предложения. 4 цена, дающая максимальную прибыль. 5 не может быть выше цены спроса. 6 не может опуститься ниже цены предложения</p> <p>Ситуационная задача. Специалисты центра «Микрохирургии глаза», некогда возглавляемого профессором С. Федоровым предприняли попытку повышения эффективности оказываемых офтальмологических услуг. Использование в центре узкой специализации врачей с учетом технического разделения труда, привнесенного современным оборудованием позволило существенно повысить: количество выполненных при бюджетном финансировании операций, повысить заработную плату врачей, создать высокий рейтинг центра в отрасли. Какую концепцию маркетинга использовали в этом случае в центре «Микрохирургии глаза»?</p>
<p>для промежуточного контроля (ПК) (зачет)</p>	<p>Контрольный вопрос: Перечислите элементы структуры бизнес плана. Тест 1. Анализ соотношения между совокупным доходом и совокупными издержками с целью определения прибыльности при различных уровнях производства – это: а) анализ безубыточности б) анализ возможностей производства и сбыта в) анализ деятельности предприятия. г) анализ среды Тест 2. Емкость рынка – это: 1 все ответы верны 2 объем реализованных на рынке товаров (услуг) в течение определенного периода времени 3 территория, на которой происходит реализация товаров (услуг) предприятия 4 удельный вес продукции предприятия в совокупном объеме продаж товаров (услуг) на данном рынке</p> <p>Ситуационная 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. Какой информации не хватает для полного анализа ситуации и эффективного ценообразования? Назовите основные методы ценообразования. Ситуационная задача 2 .Универсальный, розничный частный магазин использует традиционную систему налогообложения, т.е. уплачивает в бюджет налог на добавленную стоимость. Определить розничную цену на товарный ассортимент, который закупается у оптового</p>



	поставщика по цене 1230рублей за одну упаковку (в упаковке 10 единиц однотипного товара); торговая надбавка равна 18руб. на единицу этого товара; НДС 15%.
--	--





### 3.9. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины «Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении»

#### Основная литература

Общественное здоровье и здравоохранение : учебник / под ред.: В. А. Миняева, Н. И. Вишнякова. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : МЕДпресс-информ, 2009. - 655 с.	200
Лисицын, Ю.П. Общественное здоровье и здравоохранение [Электронный ресурс] : учебник / Ю. П. Лисицын. - 3-е изд., испр. и доп. - Электрон. текстовые дан. - М. : Гэотар Медиа, 2015. -on-line. - Режим доступа: ЭБС «Консультант студента»  <a href="http://www.studmedlib.ru/ru/book/ISBN9785970432914.html">http://www.studmedlib.ru/ru/book/ISBN9785970432914.html</a>	Неограниченный доступ

#### Дополнительная литература

Анализ деятельности медицинских организаций, оказывающих первичную медико-санитарную помощь населению [Текст] : учеб. пособие / ФГБОУ ВО «Баш. гос. мед. ун-т» МЗ РФ ; сост. Н. Х. Шарафутдинова [и др.]. - Уфа, 2018. - 81,[1] с. : ил.	50
Анализ деятельности медицинских организаций, оказывающих первичную медико-санитарную помощь населению [Электронный ресурс] : учеб. пособие / ФГБОУ ВО «Баш. гос. мед. ун-т» МЗ РФ ; сост. Н. Х. Шарафутдинова [и др.]. - Электрон. текстовые дан. - Уфа, 2018. - on-line. - Режим доступа: БД «Электронная учебная библиотека» <a href="http://library.bashgmu.ru/elibdoc/elib690.pdf">http://library.bashgmu.ru/elibdoc/elib690.pdf</a> .	Неограниченный доступ
Денисов, И. Н. Руководство к практическим занятиям по общественному здоровью и здравоохранению (с применением медицинских информационных систем, компьютерных и телекоммуникационных технологий): учеб. пособие / И. Н. Денисов, Д. И. Кича, В. И. Чернов. - М. : МИА, 2009. - 464 с.	401
Избранные лекции по общественному здоровью и здравоохранению [Электронный ресурс] : учеб. пособие / под ред. В. З. Кучеренко. - Электрон. текстовые дан. - М. : Медицина, 2010. -on-line. - Режим доступа: ЭБС «Консультант студента»  <a href="http://www.studmedlib.ru/book/ISBN5225034640.html">http://www.studmedlib.ru/book/ISBN5225034640.html</a>	Неограниченный доступ
Медицина и здравоохранение XX-XXI веков [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Ю. П. Лисицын. - Электрон. текстовые дан. - М. : ГЭОТАР-Медиа, 2011. -on-line. - Режим доступа: ЭБС «Консультант студента»  <a href="http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970420461.html">http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970420461.html</a>	Неограниченный доступ
Организация медицинской помощи женщинам и детям [Текст] : учеб. пособие / сост. Н. Х. Шарафутдинова [и др.]. - Уфа, 2014. - 113 с.	50

<p>Организация медицинской помощи женщинам и детям [Электронный ресурс] : учеб. пособие / ГОУ ВПО "Баш. гос. мед. ун-т МЗ РФ" ; сост. Н. Х. Шарафутдинова [и др.]. - Электрон. текстовые дан. - Уфа, 2014. - on-line. - Режим доступа: БД «Электронная учебная библиотека»  <a href="http://library.bashgmu.ru/elibdoc/elib566.pdf">http://library.bashgmu.ru/elibdoc/elib566.pdf</a>.</p>	Неограниченный доступ
<p>Петров, В. И. Медицина, основанная на доказательствах [Электронный ресурс]: учеб. пособие / В. И. Петров, С. В. Недогода. - Электрон. текстовые дан. - М. : Гэотар Медиа, 2009. - on-line. – Режим доступа: ЭБС «Консультант студента»   <a href="http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970410110.html">http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970410110.html</a></p>	Неограниченный доступ
<p>Применение методов статистического анализа для изучения общественного здоровья и здравоохранения [Электронный ресурс]: учеб. пособие / под ред. В.З. Кучеренко. - Электрон. текстовые дан. - М.: ГЭОТАР-Медиа, 2011. -on-line. - Режим доступа: ЭБС «Консультант студента»   <a href="http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970419151.html">http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970419151.html</a></p>	Неограниченный доступ
<p><b>Социальное страхование. Временная нетрудоспособность: правовые и экономические аспекты [Текст] : учеб. пособие / сост. М. А. Шарафутдинов [и др.]. - Уфа, 2018. - 70 с.</b></p>	50
<p><b>Статистические методы в медицине и здравоохранении [Текст] : учеб. пособие / сост. Н. Х. Шарафутдинова [и др.]. - Уфа, 2018. - 130 с. : ил.</b></p>	100
<p><b>Статистические методы в медицине и здравоохранении [Электронный ресурс] : учеб. пособие / ФГБОУ ВО «Баш. гос. мед. ун-т» МЗ РФ ; сост. Н. Х. Шарафутдинова [и др.]. - Электрон. текстовые дан. - Уфа, 2018. - on-line. - Режим доступа: БД «Электронная учебная библиотека»  <a href="http://library.bashgmu.ru/elibdoc/elib719.pdf">http://library.bashgmu.ru/elibdoc/elib719.pdf</a></b></p>	Неограниченный доступ
<p>Управление и экономика здравоохранения [Электронный ресурс] : учеб. пособие / под ред.: А. И. Вялкова, Б. А. Райзберга, В. З. Кучеренко [и др.]. - 3-е изд. - Электрон. текстовые дан. - М. : ГЭОТАР-МЕДИА, 2009.-on-line. - Режим доступа: ЭБС «Консультант студента»   <a href="http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970409060.html">http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970409060.html</a></p>	Неограниченный доступ
<p>Экономика здравоохранения [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. В. Решетников [и др.] ; под ред. А. В. Решетникова. - 2-е изд. - Электрон. текстовые дан. - М. : ГЭОТАР-МЕДИА, 2010. -on-line. - Режим доступа: ЭБС «Консультант студента»   <a href="http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970416044.html">http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970416044.html</a></p>	Неограниченный доступ
<p>Экономика здравоохранения: учеб. пособие / ГБОУ ВПО "Баш. гос. мед. ун-т МЗ и соц. развития РФ" ; сост. Н. Х. Шарафутдинова [и др.]. - Уфа, 2011. - 47 с.</p>	787
<p>Экономика здравоохранения [Электронный ресурс] : учеб. пособие / ГОУ ВПО БГМУ ; сост. Н. Х. Шарафутдинова [и др.]. - Электрон. текстовые дан. - Уфа, 2011. - on-line. - Режим доступа: БД «Электронная учебная библиотека»  <a href="http://library.bashgmu.ru/elibdoc/elib310.doc">http://library.bashgmu.ru/elibdoc/elib310.doc</a>.</p>	Неограниченный доступ

Организация медицинской помощи сельскому населению в муниципальных районах [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / ГОУ ВПО БГМУ ; сост. Н. Х. Шарафутдинова [и др.]. - Электрон. текстовые дан. - Уфа, 2010. - Режим доступа: БД «Электронная учебная библиотека» <a href="http://library.bashgmu.ru/elibdoc/elib341.doc">http://library.bashgmu.ru/elibdoc/elib341.doc</a> .	Неограниченный доступ
Электронно-библиотечная система «Консультант студента» для ВПО	<a href="http://www.studmedlib.ru">www.studmedlib.ru</a>
База данных «Электронная учебная библиотека»	<a href="http://library.bashgmu.ru">http://library.bashgmu.ru</a>
Электронно-библиотечная система eLIBRARY. Коллекция российских научных журналов по медицине и здравоохранению	<a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>
Консультант Плюс: справочно-правовая система	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>

### **Нормативные правовые документы**

- Конституция Российской Федерации принята на Всенародном голосовании 12 декабря 1993 г.; (с изм. и дополнениями)
- Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» от 30 декабря 2001 г. № 195-ФЗ (с изм. и дополнениями).
- Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001г. № 197-ФЗ. (с изм. и дополнениями)
- Федеральный закон от 21 ноября 2011 г. № 323 «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации»; (с изм. и дополнениями)
- Федеральный закон от 29 ноября 2010 г. № 326-ФЗ «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации» (с изм. и дополнениями)
- Федеральный закон Российской Федерации от 12 апреля 2010 г. № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств». (с изм. и дополнениями)
- Закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» (с изм. и дополнениями)
- Постановления Правительства Российской Федерации о Программе государственных гарантий оказания гражданам Российской Федерации бесплатной медицинской помощи на очередной год (принимаются ежегодно).
- Постановление Правительства Российской Федерации от 16 апреля 2012 г. № 291 «О лицензировании медицинской деятельности (за исключением указанной деятельности, осуществляемой медицинскими организациями и другими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного центра «Сколково»)». (с изм. и дополнениями)
- Постановление Правительства Российской Федерации от 04 октября 2012 г. № 1006 «Об утверждении Правил предоставления медицинскими организациями платных медицинских услуг» (с изм. и дополнениями)
- Приказ ФФОМС от 28.02.2019г. № 36 «Об утверждении Порядка организации и проведения контроля объемов, сроков, качества и условий предоставления медицинской помощи по обязательному медицинскому страхованию»
- Приказ Росстата от 21 июня 2013 года № 221 «Об утверждении статистического инструментария для организации Министерством здравоохранения Российской Федерации федерального статистического наблюдения в сфере обязательного медицинского страхования».

### **3.10. Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины «Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении»**



№ п/п	Наименование объекта, подтверждающего наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) объекта
1	<p><b>Учебный корпус №1 ФГБОУ ВО БГМУ Минздрава России</b> Кафедра общественного здоровья и организация здравоохранения ИДПО</p> <p>Учебная аудитория № 316 Оборудование: экран, блок питания, компьютеры, мультимедийный проектор, экран для мультимедиа. Мебель: Рабочее место преподавателя (стол, стул), тумба с выдвижными ящиками, шкаф, столы, стулья</p> <p>Учебная аудитория № 320 Оборудование: ноутбуком, мультимедийным проектором, оверхэдом, телевизор плазменный 50 «LG» 50 PK 760 Black – 1 шт., экран настенный: Sareen Vtlbz Economy – 1 шт., мультимедийный проектор: Aser PD 527P DLP XGA – 2 шт., ноутбук Aser Machinta E 725 – 442 G25Mi – 1 шт. Мебель: комната оборудованная стендами с учебной информацией, таблицами, планшетами, столы - 25, стулья - 51.</p>	450000, Республика Башкортостан, г. Уфа, ул. Ленина, д. 3, 3 этаж, № 316,320

### Методические материалы, используемые в учебном процессе

•	Приказы, методические рекомендации, информационные письма Минздрава России, Минздрава РБ
•	Сборники статистических отчетов по деятельности медицинских организаций и охране здоровья населения МИАЦ РБ
•	Методические разработки к лекциям
•	Мультимедиа сопровождение лекционных занятий, видеофильмы
•	Методические разработки к практическим занятиям и семинарам
•	Ситуационные задачи, в том числе в виде компьютерных симуляторов, задания для практических занятий, деловых игр
•	Отчетная документация медицинских организаций, ФОМС, страховых компаний для проведения практических занятий
•	Таблицы по темам
•	Тесты для программированного контроля знаний, компьютерные тестирующие программы

Для практических занятий необходимо наличие компьютерного класса, объединенного в локальную вычислительную сеть. На компьютерах должны быть установлены серверные версии операционной системы Windows, наличие доступа в глобальную вычислительную сеть Интернет. В целях сохранения результатов работы желательно, чтобы обучающиеся имели при себе носители информации (flash-накопители).

### 3.11. Образовательные технологии.

#### Виды образовательных технологий:

**-имитационные технологии:** практические занятия проводятся в виде демонстрации и использования наглядных пособий на примере организации защиты персональных данных медицинской организации, решения ситуационных задач, ответов на тестовые задания.

**-неимитационные технологии:** лекция (визуализация), дискуссия.

Используемые образовательные технологии при изучении данной дисциплины 70% интерактивных занятий от объема аудиторных занятий.

### 3.12. Разделы учебной дисциплины «Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении» и междисциплинарные связи с последующими дисциплинами

№ п/п	Наименование последующих дисциплин	Разделы данной дисциплины, необходимые для изучения последующих дисциплин
1	Менеджмент и деловое администрирование в здравоохранении	Сущность и содержание маркетинга в здравоохранении. Маркетинговый анализ
3	Стратегическое планирование. Управление проектами	Ценообразование и ассортиментная политика. Бизнес-планирование в здравоохранении

## 4. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Обучение складывается из контактной работы (66 час.), включающей лекционный курс и практические занятия, и самостоятельной работы (78 час.). Основное учебное время выделяется на практическую работу по защите персональных данных медицинской организации.

При изучении учебной дисциплины «Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении» необходимо использовать нормативные правовые документы в области организации охраны здоровья населения, управления качеством и безопасностью медицинской деятельности, и освоить практические умения с использованием Интернет-ресурсов.

Практические занятия проводятся в виде опроса, использования наглядных пособий, решения ситуационных задач, ответов на тестовые задания.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 70% от аудиторных занятий.

Самостоятельная работа обучающихся подразумевает подготовку к опросу, тестированию. Работа с учебной литературой рассматривается как вид учебной работы по дисциплине «Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении» и выполняется в пределах часов, отводимых на её изучение (в разделе СРО).

Каждый обучающийся обеспечен доступом к библиотечным фондам университета и кафедры.

По каждому разделу учебной дисциплины разработаны методические указания для обучающихся «Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении» и методические рекомендации для преподавателей «Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении».

Исходный уровень знаний обучающихся определяется тестированием, текущий контроль усвоения предмета определяется устным опросом в ходе занятий, при решении типовых ситуационных задач и ответах на тестовые задания.

В конце изучения учебной дисциплины «Маркетинг и бизнес-планирование в здравоохранении» проводится промежуточный контроль знаний с использованием тестового контроля, с проверкой практических умений и решением ситуационных задач.

Вопросы по учебной дисциплине включены в Итоговую государственную аттестацию выпускников.

Лист актуализации заполняется ежегодно при наличии изменений в названии учреждения, кафедры, пересмотра учебного плана, обновлений в списке литературы и др.