

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
“Башкирский государственный медицинский университет”  
Министерства здравоохранения Российской Федерации**

Кафедра экономики и менеджмента

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РАЗРАБОТКИ  
ЛЕКЦИЙ**

Дисциплина: Маркетинг  
Направление: 38.03.01 – Экономика  
Курс 3  
Семестр 5

Уфа

Рецензенты:

1. Проректор по учебно-методической работе ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», кандидат экономических наук, доцент Карачурина Р.Ф.
2. И.о. заведующего кафедрой экономики предпринимательства ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий», кандидат экономических наук, доцент Давлетшина С.М.

Автор: д.э.н., доцент, профессор кафедры экономики и менеджмента Бирюкова В.В.

Утверждено на заседании кафедры экономики и менеджмента «28» октября 2025г., протокол № 2.



## ЛЕКЦИЯ № 1-2

1. Тема: Маркетинг как дисциплина и предмет изучения. Современные концепции маркетинга
2. Курс: 3, семестр: 5.
3. Продолжительность лекции: 4 академических часа.
4. Контингент слушателей: обучающиеся по направлению Экономика
5. Учебная цель: Раскрыть сущность маркетингового подхода в медицине и эволюцию управленческих концепций от производства к ценностно-ориентированному здравоохранению.
6. Иллюстративный материал и оснащение: мультимедийный проектор, ноутбук.
7. Подробный план:
  - 1) Определение и специфика медицинского маркетинга. Различия между коммерческим и социальным маркетингом.
  - 2) Эволюция концепций: от совершенствования производства до концепции социально-этичного маркетинга.
  - 3) Ценностно-ориентированное здравоохранение (Value-Based Healthcare) как современная парадигма маркетинга.
  - 4) Маркетинговая среда медицинской организации: микро- и макрофакторы (PESTEL-анализ).
8. Методы контроля знаний и навыков: традиционные.
9. Литература:

*Основная:*

  1. Чертыковцев, В. К. Маркетинг : учебник для вузов / В. К. Чертыковцев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Санкт-Петербург : Лань, 2025. — 248 с. — ISBN 978-5-507-51925-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/462350> (дата обращения: 25.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
  2. Решеткина, Ю. В. Маркетинг : учебное пособие / Ю. В. Решеткина, О. А. Столярова. — Пенза : ПГАУ, 2025. — 233 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/509653> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
  3. Третьяк, Н. А. Маркетинг : учебное пособие / Н. А. Третьяк. — Уссурийск : Приморский ГАТУ, 2024. — 172 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/459902> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

*Дополнительная:*

  1. Чепаченко, Н. В. Маркетинг: практикум : учебное пособие / Н. В. Чепаченко, С. А. Николихина, Н. А. Половникова. — Санкт-Петербург : ПГУПС, 2021. — 49 с. — ISBN 978-5-7641-1558-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL:

<https://e.lanbook.com/book/230534> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Савельева, Н. А. Маркетинг в здравоохранении : учебник / Н. А. Савельева, Т. Ю. Анопченко, А. В. Кармадонов. — Москва : Дашков и К, 2020. — 297 с. — ISBN 978-5-394-03794-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/173925> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей

## ЛЕКЦИЯ № 3-4

1. Тема: Рынок товаров и услуг. Основные элементы рынка: спрос и предложение
2. Курс: 3, семестр: 5.
3. Продолжительность лекции: 4 академических часа.
- 10.Контингент слушателей: обучающиеся по направлению экономика
4. Учебная цель: изучить механизмы взаимодействия субъектов на рынке медицинских услуг и особенности формирования спроса.
5. Иллюстративный материал и оснащение: мультимедийный проектор, ноутбук.
6. Подробный план:
  - 1) Структура и классификация рынка здравоохранения (государственный, страховой, частный секторы).
  - 2) Понятие медицинской услуги, её характеристики (неосвязаемость, неотделимость, непостоянство качества).
  - 3) Закон спроса и предложения в медицине. Эластичность спроса по цене и доходу.
  - 4) Феномен индуцированного спроса и асимметрия информации между врачом и пациентом.
7. Методы контроля знаний и навыков: традиционные.
8. Литература:

*Основная*

  1. Чертыковцев, В. К. Маркетинг : учебник для вузов / В. К. Чертыковцев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Санкт-Петербург : Лань, 2025. — 248 с. — ISBN 978-5-507-51925-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/462350> (дата обращения: 25.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
  2. Решеткина, Ю. В. Маркетинг : учебное пособие / Ю. В. Решеткина, О. А. Столярова. — Пенза : ПГАУ, 2025. — 233 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/509653> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
  3. Третьяк, Н. А. Маркетинг : учебное пособие / Н. А. Третьяк. — Уссурийск : Приморский ГАТУ, 2024. — 172 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/459902> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

*Дополнительная:*

  3. Чепаченко, Н. В. Маркетинг: практикум : учебное пособие / Н. В. Чепаченко, С. А. Николихина, Н. А. Половникова. — Санкт-Петербург : ПГУПС, 2021. — 49 с. — ISBN 978-5-7641-1558-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/230534> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Савельева, Н. А. Маркетинг в здравоохранении : учебник / Н. А. Савельева, Т. Ю. Анопченко, А. В. Кармадонов. — Москва : Дашков и К, 2020. — 297 с. — ISBN 978-5-394-03794-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/173925> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей

## ЛЕКЦИЯ № 5-6

1. Тема: Рынок товаров и услуг. Основные элементы рынка: спрос и предложение
2. Курс: 3, семестр: 5.
3. Продолжительность лекции: 4 академических часа.
4. Контингент слушателей: обучающиеся по направлению экономика
5. Учебная цель: Научить формированию продуктового портфеля клиники и методам эффективного ценообразования
6. Иллюстративный материал и оснащение: мультимедийный проектор, ноутбук.
7. Подробный план:
  - 1) Уровни медицинского товара (основная выгода, реальный товар, товар с подкреплением).
  - 2) Жизненный цикл медицинской услуги и управление ассортиментом (Матрица БКГ).
  - 3) Стратегии ценообразования в медицине: затратные методы, ориентация на конкурентов и ценностное ценообразование.
  - 4) Прейскурант как инструмент управления маржинальностью.
8. Методы контроля знаний и навыков: традиционные.
9. Литература:

### *Основная*

1. Чертыковцев, В. К. Маркетинг : учебник для вузов / В. К. Чертыковцев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Санкт-Петербург : Лань, 2025. — 248 с. — ISBN 978-5-507-51925-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/462350> (дата обращения: 25.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Решеткина, Ю. В. Маркетинг : учебное пособие / Ю. В. Решеткина, О. А. Столярова. — Пенза : ПГАУ, 2025. — 233 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/509653> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Третьяк, Н. А. Маркетинг : учебное пособие / Н. А. Третьяк. — Уссурийск : Приморский ГАТУ, 2024. — 172 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/459902> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

### *Дополнительная:*

1. Чепаченко, Н. В. Маркетинг: практикум : учебное пособие / Н. В. Чепаченко, С. А. Николихина, Н. А. Половникова. — Санкт-Петербург : ПГУПС, 2021. — 49 с. — ISBN 978-5-7641-1558-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/230534> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Савельева, Н. А. Маркетинг в здравоохранении : учебник / Н. А. Савельева, Т. Ю. Анопченко, А. В. Кармадонов. — Москва : Дашков и К, 2020. — 297 с. — ISBN 978-5-394-03794-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/173925> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей

## ЛЕКЦИЯ № 7-8

1. Тема: Маркетинговый комплекс. Разработка маркетингового комплекса
2. Курс: 3, семестр: 5.
3. Продолжительность лекции: 4 академических часа.
4. Контингент слушателей: обучающиеся по направлению экономика
5. Учебная цель: Осветить проектирование операционной модели маркетинга через расширенную формулу 7P.
6. Иллюстративный материал и оснащение: мультимедийный проектор, ноутбук.
7. Подробный план:
  - 1) Классическая модель 4P (Product, Price, Place, Promotion) и её трансформация для услуг.
  - 2) Дополнительные элементы сервисного маркетинга: People (Персонал), Process (Процесс оказания услуги), Physical Evidence (Физическое окружение).
  - 3) Интеграция элементов комплекса для создания единого клиентского пути (Patient Journey Map).
8. Методы контроля знаний и навыков: традиционные.
9. Литература:

*Основная*

  1. Чертыковцев, В. К. Маркетинг : учебник для вузов / В. К. Чертыковцев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Санкт-Петербург : Лань, 2025. — 248 с. — ISBN 978-5-507-51925-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/462350> (дата обращения: 25.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
  2. Решеткина, Ю. В. Маркетинг : учебное пособие / Ю. В. Решеткина, О. А. Столярова. — Пенза : ПГАУ, 2025. — 233 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/509653> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
  3. Третьяк, Н. А. Маркетинг : учебное пособие / Н. А. Третьяк. — Уссурийск : Приморский ГАТУ, 2024. — 172 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/459902> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

*Дополнительная:*

  1. Чепаченко, Н. В. Маркетинг: практикум : учебное пособие / Н. В. Чепаченко, С. А. Николихина, Н. А. Половникова. — Санкт-Петербург : ПГУПС, 2021. — 49 с. — ISBN 978-5-7641-1558-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/230534> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Савельева, Н. А. Маркетинг в здравоохранении : учебник / Н. А. Савельева, Т. Ю. Анопченко, А. В. Кармадонов. — Москва : Дашков и К, 2020. — 297 с. — ISBN 978-5-394-03794-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/173925> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей

## ЛЕКЦИЯ № 9-10

1. Тема: Маркетинговые исследования рынка медицинских услуг
2. Курс: 3, семестр: 5.
3. Продолжительность лекции: 4 академических часа.
4. Контингент слушателей: обучающиеся по направлению экономика
5. Учебная цель: Дать инструментарий для сбора и анализа данных, необходимых для принятия управленческих решений.
6. Иллюстративный материал и оснащение: мультимедийный проектор, ноутбук.
7. Подробный план:
  - 1) Виды маркетинговых исследований: кабинетные (вторичные данные) и полевые (первичные данные).
  - 2) Качественные методы: экспертные интервью, фокус-группы с врачами и пациентами.
  - 3) Количественные методы: анкетирование, анализ медицинской статистики и CRM-данных.
  - 4) Мониторинг удовлетворенности и лояльности (индексы NPS и CSI).
8. Методы контроля знаний и навыков: традиционные.
9. Литература:

*Основная*

  1. Чертыковцев, В. К. Маркетинг : учебник для вузов / В. К. Чертыковцев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Санкт-Петербург : Лань, 2025. — 248 с. — ISBN 978-5-507-51925-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/462350> (дата обращения: 25.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
  2. Решеткина, Ю. В. Маркетинг : учебное пособие / Ю. В. Решеткина, О. А. Столярова. — Пенза : ПГАУ, 2025. — 233 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/509653> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
  3. Третьяк, Н. А. Маркетинг : учебное пособие / Н. А. Третьяк. — Уссурийск : Приморский ГАТУ, 2024. — 172 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/459902> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

*Дополнительная:*

  1. Чепаченко, Н. В. Маркетинг: практикум : учебное пособие / Н. В. Чепаченко, С. А. Николихина, Н. А. Половникова. — Санкт-Петербург : ПГУПС, 2021. — 49 с. — ISBN 978-5-7641-1558-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/230534> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
  2. Савельева, Н. А. Маркетинг в здравоохранении : учебник / Н. А. Савельева, Т. Ю. Анопченко, А. В. Кармадонов. — Москва : Дашков и К, 2020. — 297

с. — ISBN 978-5-394-03794-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/173925> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей

## ЛЕКЦИЯ № 11

1. Тема: Сегментация рынка медицинских услуг
2. Курс: 3, семестр: 5.
3. Продолжительность лекции: 4 академических часа.
4. Контингент слушателей: обучающиеся по направлению экономика
5. Учебная цель: Изучить методы выделения целевых групп пациентов для оптимизации маркетинговых усилий.
6. Иллюстративный материал и оснащение: мультимедийный проектор, ноутбук.
7. Подробный план:
  - 1) Критерии сегментации: демографические, географические, социально-экономические и психографические.
  - 2) Поведенческая сегментация: по потере здоровья, по искомым выгодам, по интенсивности потребления услуг.
  - 3) Выбор целевых сегментов и стратегии охвата рынка (дифференцированный, концентрированный маркетинг).
  - 4) Позиционирование медицинской организации и формирование УТП (уникального торгового предложения).
8. Методы контроля знаний и навыков: традиционные.
9. Литература:

### *Основная*

1. Чертыковцев, В. К. Маркетинг : учебник для вузов / В. К. Чертыковцев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Санкт-Петербург : Лань, 2025. — 248 с. — ISBN 978-5-507-51925-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/462350> (дата обращения: 25.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Решеткина, Ю. В. Маркетинг : учебное пособие / Ю. В. Решеткина, О. А. Столярова. — Пенза : ПГАУ, 2025. — 233 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/509653> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Третьяк, Н. А. Маркетинг : учебное пособие / Н. А. Третьяк. — Уссурийск : Приморский ГАТУ, 2024. — 172 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/459902> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

### *Дополнительная:*

1. Чепаченко, Н. В. Маркетинг: практикум : учебное пособие / Н. В. Чепаченко, С. А. Николихина, Н. А. Половникова. — Санкт-Петербург : ПГУПС, 2021. — 49 с. — ISBN 978-5-7641-1558-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/230534> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Савельева, Н. А. Маркетинг в здравоохранении : учебник / Н. А. Савельева, Т. Ю. Анопченко, А. В. Кармадонов. — Москва : Дашков и К, 2020. — 297 с. — ISBN 978-5-394-03794-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/173925> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей

## ЛЕКЦИЯ № 12

1. Тема: Организация управления маркетингом и конкурентная политика
2. Курс: 3, семестр: 5.
3. Продолжительность лекции: 4 академических часа.
4. Контингент слушателей: обучающиеся по направлению экономика
5. Учебная цель: Рассмотреть структуру маркетинговой службы и стратегии поведения в конкурентной среде.
6. Иллюстративный материал и оснащение: мультимедийный проектор, ноутбук.
7. Подробный план:
  - 1) Место маркетинга в организационной структуре клиники: задачи и КРІ отдела маркетинга.
  - 2) Виды конкуренции в здравоохранении: функциональная, видовая, предметная.
  - 3) Конкурентный анализ и построение многоугольника конкурентоспособности.
  - 4) Правовые и этические аспекты конкуренции в медицине.
8. Методы контроля знаний и навыков: традиционные.
9. Литература:

### *Основная*

1. Чертыковцев, В. К. Маркетинг : учебник для вузов / В. К. Чертыковцев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Санкт-Петербург : Лань, 2025. — 248 с. — ISBN 978-5-507-51925-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/462350> (дата обращения: 25.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Решеткина, Ю. В. Маркетинг : учебное пособие / Ю. В. Решеткина, О. А. Столярова. — Пенза : ПГАУ, 2025. — 233 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/509653> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Третьяк, Н. А. Маркетинг : учебное пособие / Н. А. Третьяк. — Уссурийск : Приморский ГАТУ, 2024. — 172 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/459902> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

### *Дополнительная:*

1. Чепаченко, Н. В. Маркетинг: практикум : учебное пособие / Н. В. Чепаченко, С. А. Николихина, Н. А. Половникова. — Санкт-Петербург : ПГУПС, 2021. — 49 с. — ISBN 978-5-7641-1558-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/230534> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Савельева, Н. А. Маркетинг в здравоохранении : учебник / Н. А. Савельева, Т. Ю. Анопченко, А. В. Кармадонов. — Москва : Дашков и К, 2020. — 297

с. — ISBN 978-5-394-03794-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/173925> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей

## ЛЕКЦИЯ № 9

1. Тема: Продвижение и реклама медицинских товаров и услуг
2. Курс: 3, семестр: 5.
3. Продолжительность лекции: 4 академических часа.
4. Контингент слушателей: обучающиеся по направлению экономика
5. Учебная цель: Сформировать навыки выбора каналов коммуникации с учетом законодательных ограничений
6. Иллюстративный материал и оснащение: мультимедийный проектор, ноутбук.
7. Подробный план:
  - 1) Модель маркетинговых коммуникаций: реклама, PR, стимулирование сбыта, личные продажи.
  - 2) Особенности ФЗ «О рекламе» в части медицинских услуг (обязательные дисклеймеры, запреты).
  - 3) Digital-маркетинг: медицинские агрегаторы, SEO, контент-маркетинг (экспертность врача) и управление репутацией (SERM).
  - 4) Личный бренд врача как инструмент продвижения клиники.
8. Методы контроля знаний и навыков: традиционные.
9. Литература:

### *Основная*

1. Чертыковцев, В. К. Маркетинг : учебник для вузов / В. К. Чертыковцев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Санкт-Петербург : Лань, 2025. — 248 с. — ISBN 978-5-507-51925-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/462350> (дата обращения: 25.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Решеткина, Ю. В. Маркетинг : учебное пособие / Ю. В. Решеткина, О. А. Столярова. — Пенза : ПГАУ, 2025. — 233 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/509653> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Третьяк, Н. А. Маркетинг : учебное пособие / Н. А. Третьяк. — Уссурийск : Приморский ГАТУ, 2024. — 172 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/459902> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

### *Дополнительная:*

1. Чепаченко, Н. В. Маркетинг: практикум : учебное пособие / Н. В. Чепаченко, С. А. Николихина, Н. А. Половникова. — Санкт-Петербург : ПГУПС, 2021. — 49 с. — ISBN 978-5-7641-1558-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/230534> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Савельева, Н. А. Маркетинг в здравоохранении : учебник / Н. А. Савельева, Т. Ю. Анопченко, А. В. Кармадонов. — Москва : Дашков и К, 2020. — 297 с. — ISBN 978-5-394-03794-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/173925> (дата обращения: 30.01.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей