

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Павлов Валентин Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 2021.05.11

Уникальный идентификатор:

a562210a8a161d1bc9a34c4a0a3e820ac76b9d73665849e6d6db2e5a4e71d6ee

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

КАФЕДРА ОБЩЕСТВЕННОГО ЗДОРОВЬЯ И ОРГАНИЗАЦИИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ
С КУРСОМ ИДПО



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

В.Н. Павлов

«11 мая»

2021г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ

Программа бакалавриата по направлению подготовки 34.03.01 Сестринское дело направленность (профиль) «Школьная и дошкольная медицина»

Форма обучения

очная

Срок освоения ООП

4 года

(нормативный срок обучения)

Курс IV

Контактная работа - 48 часов

лекции - 12 часов

практические занятия – 36 часов

Самостоятельная (внеаудиторная) работа - 24 часа

Семестр VII

Зачет VII семестр

Всего 72 часов (2 зачетные единицы)

УТВЕРЖДАЮ

Председатель УМС
специальностей 32.05.01 Медико-
профилактическое дело, 30.05.01 Медицинская
биохимия, 34.03.01 Сестринское дело

(Ш.Н. Галимов)

ЛИСТ АКТУАЛИЗАЦИИ

к рабочей программе, учебно-методическим материалам (УММ) и фонду оценочных материалов (ФОМ)
учебной дисциплины «Маркетинг в здравоохранении»
(Направление подготовки 34.03.01 Сестринское дело (бакалавриат))

В соответствии с основной образовательной программой высшего образования направления подготовки 34.03.01 Сестринское дело (бакалавриат) 2022 г. и учебным планом по направлению подготовки 34.03.01 Сестринское дело (бакалавриат), утвержденным ФГБОУ ВО БГМУ Минздрава России 24.05.2022г., протокол № 5, проведен анализ рабочей программы, УММ и ФОМ учебной дисциплины «Маркетинг в здравоохранении».

Содержание и структура рабочей программы оценена и пересмотрена в соответствии с ФГОС ВО 3++.

Рабочая программа учебной дисциплины «Маркетинг в здравоохранении» соответствует ООП 2022г. и учебному плану 2022 г. по направлению подготовки 34.03.01 Сестринское дело (бакалавриат). В рабочей программе количество и распределение часов по семестрам, название тем лекций, практических занятий, виды СРО остаются без изменений. УММ составлены в соответствии с рабочей программой учебной дисциплины «Маркетинг в здравоохранении» без изменений. ФОМы: актуализированы тестовые задания, вопросы к экзамену/зачету, разработаны ситуационные задания с учетом развития науки, образования, техники и технологий.

В рабочей программе пересмотрены компетенции и методы оценивания.

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг в здравоохранении» 2022г. актуализирована и адаптирована с учетом вклада биомедицинских наук, которые отражают современный научный и технологический уровень развития клинической практики, а также текущие и ожидаемые потребности общества и системы здравоохранения.

Программа обновлена по результатам внутренней оценки и анализа литературы.

Обсуждено и утверждено на заседании кафедры общественного здоровья и организации здравоохранения с курсом ИДПО.

Протокол №15 «24» мая 2022г.

Зав. кафедрой Шарафутдинова Н.Х. Шарафутдинова Н.Х.

Обсуждено и утверждено на заседании ЦМК социально-экономических дисциплин БГМУ

Протокол № 8 от «24» мая 2022 г.

Обсуждено и утверждено на заседании УМС специальностям 32.05.01 Медико-профилактическое дело, 30.05.01 Медицинская биохимия, 34.03.01 Сестринское дело 32.05.01 Медико-профилактическое дело, 30.05.01 Медицинская биохимия, 34.03.01 Сестринское дело

Протокол № 11 от «14» июня 2022 г.

При разработке рабочей программы учебной дисциплины «Маркетинг в здравоохранении» в основу положены:

- 1) ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 34.03.01 Сестринское дело, утвержденный приказом Министерства образования и науки РФ 22.09.2017 г. № 971. Редакция с изменениями № 1456 от 26 ноября 2020 г.
- 2) Учебный план бакалавриата по направлению подготовки 34.03.01 Сестринское дело, утвержденный Ученым советом ФГБОУ ВО «Башкирский государственный медицинский университет» Минздрава России «25» мая 2021 г., протокол № 6.
- 3) Профессиональный стандарт "Специалист по управлению персоналом", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 6 октября 2015 г. N 691н

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена на заседании кафедры общественного здоровья и организации здравоохранения с курсом ИДПО, от «25» мая 2021 г. Протокол № 17

Заведующий кафедрой



Шарафутдинова Н.Х.

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена УМС по специальностям 32.05.01. Медико-профилактическое дело, 30.05.01 Медицинская биохимия, 34.03.01 Сестринское дело от «26» мая 2021 г. Протокол № 9

Председатель УМС
по специальностям МПД, МБХ, СД


подпись

Ш.Н. Галимов

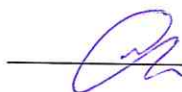
Разработчики:

Зав. кафедрой общественного здоровья
и организации здравоохранения
с курсом ИДПО, д.м.н., профессор



Н.Х. Шарафутдинова

доцент кафедры общественного
здоровья и организации здравоохранения
с курсом ИДПО, к.м.н.



О.Р. Мухамедеева

Рецензенты:

Е.Л. Борщук – д.м.н., профессор, зав. кафедрой общественного здоровья и здравоохранения ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный медицинский университет» Минздрава России.

Э.З. Бикметова – Главный врач ГБУЗ РБ Детская поликлиника № 2 г. Уфа

Содержание рабочей программы

1	Пояснительная записка	4
2	Вводная часть	4
2.1	Цель и задачи освоения дисциплины	4
2.2	Место учебной дисциплины в структуре ООП специальности	5
2.3	Требования к результатам освоения учебной дисциплины	5
3	Основная часть	9
3.1	Объем учебной дисциплины 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, виды учебной деятельности и формы контроля	11
3.4	Название тем лекций и количество часов по семестрам изучения учебной дисциплины	12
3.5	Название тем практических занятий и количество часов по семестрам изучения учебной дисциплины	13
3.6	Лабораторный практикум	14
3.7	Самостоятельная работа обучающегося	14
3.8	Оценочные средства для контроля успеваемости и результатов освоения учебной дисциплины	15
3.9	Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины	16
3.10	Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины	16
3.11	Образовательные технологии	19
3.12	Разделы учебной дисциплины (модуля) и междисциплинарные связи с последующими дисциплинами	19
4	Методические рекомендации по организации изучения дисциплины	19
5	Протоколы согласования рабочей программы дисциплины с другими дисциплинами специальности (приложение)	20

Целью здравоохранения является предупреждение возникновения различных заболеваний и снижение длительности и тяжести их протекания. Для достижения этой цели необходимо объединить усилия многих специалистов: медицинских работников - врачей, медицинских сестер, провизоров; ученых, разрабатывающих новые лекарственные препараты и медицинские инструменты; технологов, реализующих эти разработки в промышленности; архитекторов и дизайнеров, создающих проекты больниц, госпиталей, поликлиник и аптек; строителей, воплощающих эти проекты для пациентов и медицинского персонала, руководителей, разрабатывающих планы развития здравоохранения и администраторов, их осуществляющих.

Маркетинг в здравоохранении - социальный и управленческий процесс, направленный на удовлетворение нужд и потребностей как индивидов, так и групп населения в медицинской помощи посредством создания, предложения и обмена на рынке обладающих ценностью медицинских и фармацевтических услуг и товаров.

Профессиональная подготовка по маркетингу медицинских услуг для управленческих кадров здравоохранения в равной степени необходима как для будущих врачей, так и сестер с высшим образованием, получающих квалификацию менеджера.

Очевидно, что профессионализм в деятельности медицинских сестер-руководителей всех уровней управленческой иерархии, начиная от старшей медицинской сестры отделения больницы или поликлиники, и кончая главной медицинской сестрой министерства здравоохранения, понимание ими своей роли и роли остальных специалистов в сложнейшей маркетинговой системе здравоохранения, является залогом успеха не только в работе медсестринских служб, но и всей системы здравоохранения в целом.

Отдельным вопросам менеджмента и маркетинга в здравоохранении посвящены книги, монографии, магистерские и докторские диссертации; регулярно выходят в свет десятки международных профессиональных журналов.

Всемирная организация здравоохранения также подчеркивает особую роль врачей и медицинских сестер в управлении здравоохранением и необходимость их образования в области маркетинга и менеджмента.

2.ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

2.1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель освоения учебной дисциплины «Маркетинг в здравоохранении» состоит в формировании компетенций обучающегося свободно ориентироваться в решении проблем здравоохранения в условиях функционирования рынка и готового к выполнению управленческих функций для оптимизации использования ресурсов ме.

При этом *задачами* дисциплины являются:

- ознакомление студентов с концепциями маркетинга как «рыночной теории управления» в разных секторах отечественного здравоохранения;

- ознакомление с организацией маркетинговой деятельности медицинской организации в современных условиях (применительно к ОМС, платным услугам);
- изучение методики маркетинговых исследований в условиях медицинской организации;
- изучение процесса проведения социологических исследований мнения потребителей о медицинских услугах;
- формирование навыков выбора эффективного метода доведения информации до потребителей;
- формирование навыков проведения научных исследований по проблемам управления маркетинговой деятельностью медицинской организации.

2.2. Место учебной дисциплины в структуре ООП

2.2.1. Учебная дисциплина Маркетинг в здравоохранении относится к базовой части Учебного плана по направлению подготовки (специальности) 34.03.01 «Сестринское дело», квалификация «Академический бакалавр» (Б1.В.ДВ.02.01).

2.2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплине:

«Общественное здоровье и здравоохранение»

Знать:

- ведущие медико-демографические показатели, характеризующие общественное здоровье, определение и уровень в динамике
- показатели заболеваемости и инвалидности, определение, характеристики, уровень структура
- основные показатели деятельности медицинской организации

Уметь:

- вычислять и оценивать основные демографические показатели, характеризующие состояние здоровья населения
- вычислять и оценивать уровень и структуру заболеваемости, смертности
- вычислять и оценивать показатели, характеризующие заболеваемость с временной утратой трудоспособности
- вычислять и оценивать показатели, характеризующие деятельность медицинских организаций

Владеть: методикой исследования здоровья населения, навыками вычисления и оценки показателей, характеризующих деятельность медицинских организаций

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-2, ПК-13.

2.3.Требования к результатам освоения дисциплины:

2.3.1. В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

- организационно-управленческий

2.3.2.Изучение учебной дисциплины «Маркетинг в здравоохранении» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Универсальные компетенции: УК-2,

Общепрофессиональные компетенции: ОПК-10,

Профессиональные компетенции: ПК-13.

№ п/п	Номер (индекс) компетенции/трудо вой функции	Номер индикатора компетенции с содержанием (или ее части)	Индекс трудовой функции и ее содержание	Перечень практических навыков	Оценочные средства
1	2	3	4	5	6
2	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Определяет совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение поставленной цели, исходя из действующих правовых норм. УК-2.2. Оценивает вероятные риски и ограничения в решении поставленных задач. УК-2.3. Определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач.		Проводит обоснование необходимости выполнения проекта, определяе эффективность применения маркетинговой концепции медицинской организации; определяет и анализирует эластичность спроса и предложения на медицинские товары и услуги; составляет и описывает организационную структуру управления маркетингом для ЛПУ различного профиля	Тестовые задания, ситуационн ые задачи
3	ОПК-10. Способен применять организационно- управленческую и нормативную документацию в своей деятельности, реализовывать принципы системы менеджмента качества в профессиональной деятельности	ОПК-10.1. Использует нормативно-правовую документацию в системе менеджмента качества ОПК-10.2. Владеет и реализовывает принципы системы менеджмента качества и маркетинга в профессиональной деятельности ОПК-10.3. Организует профессиональную деятельность в соответствии с требованиями менеджмента качества ОПК-10.4. Применяет организационно- управленческую и нормативную документацию в своей деятельности ОПК-10.5. Демонстрирует навыки использования нормативной документации в профессиональной деятельности ОПК-10.6. Способен применять современные технологии управления качеством сестринской помощи ОПК-10.7. Анализирует взаимосвязь эффективности и качества сестринской помощи		организует работу медицинской организации и ее структурных подразделений на принципах системы менеджмента качества и маркетинга	Тестовые задания, ситуационн ые задачи
4	ПК-13 готовность к организации деятельности сестринского персонала, разработке управ- ленческих решений по повышению	ПК 13 .1. Классифицирует формы и методы управления конфликтами ПК 13.2. Раскрывает алгоритм проведения анализа работы организации; последовательность	Код ПС 07.003 А/01.5 (07/003) Ведение организационной и распорядительной документации по персоналу	Умеет рассчитать цену на детальную медицинскую услугу; определить целевой рынок применительно к охране и восстановлению здоровья населения как потребителя медицинских услуг;	Ситуационн ые задачи, тестовые задания

эффективности деятельности сестринской службы медицинской организации или ее структурного подразделения	<p>разработки плана мероприятий по реализации потенциальных возможностей развития в области управления маркетингом</p> <p>ПК 13.3. Выбирает и применяет методы анализа работы в зависимости от условий в медицинской организации.</p> <p>ПК 13.4. Оценивает и анализирует потенциальные возможности развития на основе проведенного анализа</p> <p>ПК 13.5. Анализирует особенности ресурсного обеспечения медицинских организаций и их структурных подразделений</p> <p>ПК 13.6. Реализовывает эффективную систему управления конфликтами (стрессами) и определяет эффективность основных технологий управления конфликтами</p> <p>ПК 13.7. Характеризует специфические критерии эффективности в здравоохранении и методы управления эффективностью.</p> <p>ПК 13.8. Демонстрирует навыки принятия решений в маркетинговой деятельности</p>		анализировать конкурентоспособность медицинской организации; организовать процесс проведения социологического исследования мнения потребителя о медицинских услугах	
---	--	--	---	--

3. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

3.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов/ зачетных единиц	Семестр № 7
		часов
Контактная работа (всего), в том числе:	48	48
Лекции (Л)	12	12
Практические занятия (ПЗ),	36	36
Семинары (С)	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
Самостоятельная работа обучающегося (СРО), в том числе:	24	24

Подготовка к занятиям (ПЗ)		18/0,54	18
Подготовка к текущему контролю (ПТК)		2/0,06	2
Подготовка к промежуточному контролю (ППК)		4/0,1	4
Вид промежуточной аттестации	зачет (З)	3	3
	экзамен (Э)	-	-
ИТОГО: Общая трудоемкость	час.	72	72
	ЗЕТ	2,0	2,0

3.2. Разделы учебной дисциплины, компетенции, которые должны быть освоены при их изучении

п/№	Компетенции	Наименование раздела учебной дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах (темы разделов)
1	2	3	4
1.	УК-2	Теоретические основы маркетинга	маркетинг как дисциплина и предмет изучения; современные концепции маркетинга; социальный маркетинг; маркетинговая характеристика рынка в здравоохранении; маркетинг медицинских услуг; товарная политика; ценовая политика.
2.	ОПК-10 ПК-13	Маркетинговые исследования в здравоохранении	маркетинговая информационная система; маркетинговые исследования; сегментирование рынка здравоохранения; управление маркетингом в медицинской организации; планирование маркетинговой деятельности; коммуникационная политика в маркетинге здравоохранения; конкуренция в здравоохранении, реклама медицинских товаров и услуг.

3.3. Разделы учебной дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы контроля

п/№	№ семестра	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу обучающихся (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости и (по неделям семестра)
			Л	ПЗ	СРС	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	8	Теоретические основы маркетинга	6	18	12	36	решение ситуационных задач, тестирование

2.	8	Маркетинговые исследования в здравоохранении	6	18	12	36	решение ситуационных задач, тестирование
3.	Промежуточный контроль		-	-	-		
ИТОГО:			12	36	24	72	

3.4. Название тем лекций и количество часов по семестрам изучения учебной дисциплины

№ п/п	Название тем лекций учебной дисциплины	Объем по семестрам	
		объем в часах	семестр
1	2	3	4
1.	Маркетинг как дисциплина и предмет изучения. Современные концепции маркетинга.	2	7
2.	Рынок медицинских услуг. Основные элементы рынка: спрос и предложение	2	7
3.	Товарная и ценовая политика медицинской организации.	2	7
4.	Маркетинговый комплекс. Разработка маркетингового комплекса	2	7
5.	Маркетинговые исследования рынка медицинских услуг. Сегментация рынка медицинских услуг	2	7
6.	Организация управления маркетингом в учреждениях здравоохранения. Особенности конкурентной политики в здравоохранении. Реклама медицинских товаров и услуг.	2	7
ИТОГО		12	

3.5. Название тем практических занятий и количество часов по семестрам изучения учебной дисциплины

№ п/п	Название тем практических занятий базовой части дисциплины по ФГОС	Формы контроля	Объем по семестрам	
			объем в часах	семестр
1	2	3	4	5
1.	Маркетинг как дисциплина и предмет изучения. Современные концепции маркетинга.	тестирование, решение ситуационных задач	6	7
2.	Рынок медицинских услуг. Основные элементы рынка: спрос и предложение	тестирование	6	7
3.	Товарная и ценовая политика медицинской организации.	тестирование, решение ситуационных задач	6	7
4.	Маркетинговый комплекс. Разработка маркетингового комплекса	тестирование	6	7

5.	Маркетинговые исследования рынка медицинских услуг. Сегментация рынка медицинских услуг	тестирование	6	7
6.	Организация управления маркетингом в учреждениях здравоохранения. Особенности конкурентной политики в здравоохранении. Реклама медицинских товаров и услуг.	тестирование, решение ситуационных задач	6	7
	ИТОГО		36	

3.6. Лабораторный практикум не предусмотрен

3.7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

3.7.1. Виды СРО

№ п/п	№ семес тра	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды СРО	Всего часов
1	2	3	4	5
1	8	Теоретические основы маркетинга	подготовка к занятию, к текущему и промежуточному контролю	12
2		Маркетинговые исследования в здравоохранении	подготовка к занятию, к текущему и промежуточному контролю	12
Итого часов в семестре				24

3.7.2. Примерная тематика контрольных вопросов

Семестр № 7

Контрольные вопросы:

1. Сущность, этапы развития маркетинга. Функции и основные категории маркетинга.
2. Понятие и особенности маркетинга в здравоохранении. Предпосылки использования маркетинговых инструментов в здравоохранении.
3. Понятие «маркетинг в здравоохранении». Основные концепции маркетинговой деятельности.
4. Содержание понятия «маркетинг». Виды маркетинга в сфере некоммерческой деятельности.
5. Базовые категории маркетинга: нужда, потребность, спрос, товар, рынок.
6. Маркетинг в здравоохранении. Понятие и особенности социального маркетинга.
7. Маркетинг медицинских услуг: определение, характеристики медицинской услуги.
8. Рынок как один из элементов маркетинга. Субъекты, объекты, функции рынка. Специфика рынка в здравоохранении.
9. Понятие «рынок». Основные элементы рынка: спрос, предложение, цена.
10. Рынок в здравоохранении. Спрос, виды спроса, основные стратегии маркетинга.
11. Действие законов спроса и предложения на рынке медицинских услуг. Коэффициент ценовой эластичности спроса и предложения.
12. Специфика рынка в здравоохранении. Модель потребительского поведения.
13. Товарная политика организации. Понятие «товар» в системе маркетинга. Этапы разработки нового товара.
14. Товарная политика в системе маркетинга. Жизненный цикл товара. Виды жизненного цикла товара.

15. Товарная политика в здравоохранении. Позиционирования товара на рынке медицинских услуг.
16. Разработка маркетингового комплекса. Содержание элементов маркетингового комплекса: товар, цена, методы распространения и стимулирования.
17. Маркетинговый подход к ценообразованию. Виды цен на медицинские услуги.
18. Цена и ценообразование в маркетинге: ценовая политика, виды ценовых стратегий.
19. Медицинская услуга: социально-экономическая характеристика. Себестоимость медицинской услуги.
20. Сущность маркетингового исследования. Виды, этапы маркетингового исследования.
21. Маркетинговое исследование в здравоохранении. Объекты маркетингового исследования, параметры их исследования.
22. Маркетинговая информационная система. Источники и признаки маркетинговой информации.
23. Маркетинговая информация. Методы сбора маркетинговой информации.
24. Маркетинговая информация. Метод SWOT-анализа положения медицинской организации на рынке.
25. Маркетинговые среды в здравоохранении. Анализ маркетинговой микросреды.
26. Маркетинговые среды в здравоохранении. Анализ маркетинговой макросреды.
27. Сегментация рынка в здравоохранении. Основные цель, критерии, технологии проведения сегментации рынка медицинских услуг.
28. Сегментация рынка в здравоохранении. Выбор целевых сегментов, стратегии охвата рынка.
29. Организация управления маркетингом в ЛПУ. Задачи и функции маркетинговой службы.
30. Организация управления маркетингом в ЛПУ. Виды организационных структур управления службой маркетинга в медицинской организации.
31. Особенности конкурентной политики в здравоохранении. Виды конкуренции.
32. Конкуренция в здравоохранении. Особенности оценки конкурентоспособности медицинских услуг
33. Планирование как функция управления маркетинговой деятельностью. Содержание маркетингового плана.
34. Планирование как функция управления маркетинговой деятельностью. Бизнес-планирование.
35. Коммуникационная политика в маркетинге здравоохранения. Содержание системы формирования спроса и стимулирования сбыта.
36. Коммуникационная политика в маркетинге здравоохранения. «Связи с общественностью» как инструмент маркетинговой коммуникационной политики.
37. Понятие «реклама». Характерные черты рекламы. Понятие о ненадлежащей рекламе.
38. Понятие «реклама». Субъекты рекламы. Основные рекламные средства.
39. Рекламная деятельность организации. Каналы распространения рекламы.
40. Рекламная деятельность в отрасли здравоохранения. Оценка эффективности рекламы.

3.8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.8.1. Виды контроля и аттестации, формы оценочных средств

№ п/п	№ семестра	Виды контроля ¹	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Оценочные средства		
				Форма	Кол-во вопросов в задании	Кол-во независимых вариантов

¹ Входной контроль (ВК), текущий контроль (ТК), промежуточный контроль (ПК)

1	2	3	4	5	6	7
1.	8	ВК, ТК	Теоретические основы маркетинга	Тесты (Т) Контрольные вопросы (КВ) подготовка к ПК	Т-30 КВ-25	2
2.	8	ВК, ТК	Маркетинговые исследования в здравоохранении	Т, КВ, подготовка к ПК	Т-20 КВ-30	2

3.8.2.Примеры оценочных средств:

для входного контроля (ВК) Тесты	<p>Что такое маркетинг (по основному определению Ф.Котлер, 1991)?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. вид деятельности, направленный на увеличение производственных мощностей предприятия; 2. вид деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена; 3. вид деятельности, направленный на увеличение производства продукции; 4. вид деятельности, направленный на улучшение состояния здоровья населения; 5. вид деятельности, направленный на улучшение качества медицинской помощи
	<p>Товар – это.....:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. продукт труда, произведенный для продажи; 2. то, что предлагается рынку с целью использования или применения; 3. материальные запасы, предназначенные для продажи или перепродажи без дополнительной обработки; 4. удовлетворитель нужд и потребностей потребителя; 5. все вышеперечисленное.
	<p>Потребность, подкрепленная покупательской способностью - это...</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. нужда; 2. мотив; 3. товар; 4. запрос; 5. спрос.
для текущего контроля (ТК) Устный опрос.	Сущность маркетинга в здравоохранении
	Перечислите виды концепции маркетинга
	Каковы основные задачи маркетинга в здравоохранении?
для промежуточного контроля (ПК) Контрольные вопросы	Содержание понятия «маркетинг». Виды маркетинга в сфере некоммерческой деятельности.
	Базовые категории маркетинга: нужда, потребность, спрос, товар, рынок.

	Маркетинг в здравоохранении. Понятие и особенности социального маркетинга.
--	--

3.9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование печатных и (или) электронных образовательных и информационных ресурсов	Наличие печатных и (или) электронных образовательных и информационных ресурсов (наименование и реквизиты документа, подтверждающего их наличие), количество экземпляров
Электронно-библиотечная система «Консультант студента»	ООО «Политехресурс», Договор № 03011000496190003580001 от 02.07.2019 www.studmedlib.ru
Электронно-библиотечная система «Лань»	ООО «ЭБС Лань», Договор № 03011000496190003480001 от 03.07.2019
Электронно-библиотечная система «Букап»	ООО «Букап», Договор № 03011000496190003470001 от 01.07.2019 www.books-up.ru
Электронно-библиотечная система «IPRbooks»	ООО Компания «Ай Пи Эр Медиа», Договор № 03011000496190003190001 от 27.06.2019
Электронно-библиотечная система «ЮРАЙТ»	ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ», Договор № 274 от 28.05.2019
Электронно-библиотечная система eLIBRARY. Коллекция российских научных журналов по медицине и здравоохранению	ООО РУНЭБ, Договор № 750 от 18.12.2018
Электронный библиотечный абонемент Центральной научной медицинской библиотеки	ООО МИП «Медицинские информационные ресурсы», Договор № 20/05 от 06.05.2019 www.emll.ru
База данных «Электронная учебная библиотека»	ГОУ ВПО Башкирский государственный медицинский университет федерального агентства по здравоохранению и социальному развитию Свидетельство №2009620253 от 08.05.2009
Электронный читальный зал «Президентской библиотеки»	ФГБУ «Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина», Соглашение о сотрудничестве от 25.05.2016
Национальная электронная библиотека	ФГБУ «Российская государственная библиотека», Договор № 101/НЭБ/2495 от 09.11.2017
База данных «LWW Proprietary Collection Emerging Market – w/o Perpetual Access»	ООО «МИВЕРКОМ», Договор № 03011000496190005350001 от 17.10.2019
База данных научных медицинских 3Д иллюстраций Visible Body Premium Package	ООО «МИВЕРКОМ», Договор № 03011000496190005350001 от 17.10.2019
База данных «LWW Medical Book Collection 2011»	ЗАО КОНЭК, Государственный контракт № 499 от 19.09.2011
База данных Scopus	ФГБУ ГПНТБ России, Сублицензионный договор № SCOPUS/50 от 09.10.2019 https://www.scopus.com
База данных Web of Science Core Collection	ФГБУ ГПНТБ России, Сублицензионный договор № Wos/50 от 05.09.2019 http://apps.webofknowledge.com

База данных In Cites Journals and Highly Cited Data	НП НЭИКОН, Сублицензионный договор № 03011000496190006950001 от 06.12.2019 http://apps.webofknowledge.com
База данных Russian Science Citation Index	НП НЭИКОН, Сублицензионный договор № 03011000496190006950001 от 06.12.2019 http://apps.webofknowledge.com
База данных BIOSIS Citation Index	НП НЭИКОН, Сублицензионный договор № 03011000496190006950001 от 06.12.2019 http://apps.webofknowledge.com
База данных MEDLINE	НП НЭИКОН, Сублицензионный договор № 03011000496190006950001 от 06.12.2019 http://apps.webofknowledge.com
База данных журналов Wiley	ФГБУ «ГПНТБ России, сублицензионный договор № Wiley/50 от 10.10.2019 http://onlinelibrary.wiley.com
База данных издательства Springer	ФГБУ «ГПНТБ России, сублицензионный договор № Springer/50 от 25.12.2017 https://link.springer.com
Консультант Плюс: справочно-правовая система	ООО Компания Права «Респект» Договор о сотрудничестве от 21.03.2012 локальный доступ

Основная литература:

№	Наименование печатных и (или) электронных образовательных и информационных ресурсов	Наличие печатных и (или) электронных образовательных и информационных ресурсов? количество экземпляров
1	Медик, В. А. Общественное здоровье и здравоохранение [Электронный ресурс] : учебник / В. А. Медик, В. И. Лисицин. - 4-е изд., перераб. и доп. - Электрон. текстовые дан. - М. : Гэотар Медиа, 2016. - on-line. - Режим доступа: ЭБС «Консультант студента» http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970437018.html	Неограниченный доступ
2	Технология управления учреждениями здравоохранения [Текст] : руководство для профессионального образования : учеб. пособие / под ред. Н. К. Гусевой ; Мин-во здравоохранения и социального развития РФ. - 2-е изд. - Нижний Новгород : НГМА, 2009. - 270 с.	3 экз.
Дополнительная литература:		
1	Основы медицинского менеджмента и маркетинга [Текст] : учебное пособие / Н. Г. Петрова, И. В. Додонова, С. Г. Погосян. - СПб. : Фолиант, 2018. - 350,[2] с.	2 экз.

1.10. Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины

Перечень материально-технического обеспечения, необходимого для реализации программы бакалавриата, включает в себя аудитории, помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Применяется электронно-библиотечная система (электронная библиотека). Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивает одновременный доступ не менее 25 процентам обучающихся по программе бакалавриата. Существует удаленный доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Имеются необходимые комплекты лицензионного программного обеспечения для учебного процесса:

№ п/п	Наименование лицензионного программного обеспечения	Реквизиты подтверждающего документа	Срок действия лицензии	Описание программного обеспечения
1	Microsoft Desktop School ALNG LicSAPk OLVS E 1Y AcademicEdition Enterprase	Договор № 50 от 28.01.2019, ООО "СофтЛайн Проекты"	2019 год	Операционная система Microsoft Windows
2	Microsoft Desktop School ALNG LicSAPk OLVS E 1Y AcademicEdition Enterprase	Договор № 50 от 28.01.2019, ООО "СофтЛайн Проекты"	2019 год	Пакет офисных программ Microsoft Office
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 500-999 Node 1 year Educational Renewal License антивирус Касперского	Договор № 50 от 28.01.2019, ООО "СофтЛайн Проекты"	2019 год	Антивирус Касперского – система антивирусной защиты рабочих станций и файловых серверов
4	Dr.Web Desktop Security Suite	Договор № 50 от 28.01.2019, ООО "СофтЛайн Проекты"	2019 год	Антивирус Dr.Web – система антивирусной защиты рабочих станций и файловых серверов
5	Русский Moodle 3KL	Договор № 03011000496190004330001 от 21.08.2019, ООО "Русские программы"	2019-2020 год	Система дистанционного обучения для Учебного портала

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины

Наименование дисциплины (модуля), практик в соответствии с учебным планом	Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Маркетинг в здравоохранении	ФГБОУ ВО БГМУ Минздрава России.		Операционная система Microsoft Windows Microsoft Desktop School ALNG LicSAPk OLVS E 1Y

	<p>Республика Башкортостан, 450008, г. Уфа, ул. Ленина, 1, корпус №3, кафедра общественного здоровья и организации здравоохранения с курсом ИДПО.</p> <p>Учебная комната №4</p> <p>Учебная комната №5</p> <p>Учебная комната №10</p> <p>Учебная комната №12</p> <p>Учебная комната №13</p>	<p>Число посадочных мест 20. 15 ноутбуков Lenovo, доска классная -1шт, столы ученические - 10шт, стулья-20шт, стол препод.-1 шт, кафедра-1шт.</p> <p>Число посадочных мест 30. Доска классная -1шт, столы ученические -15шт, стулья-30шт, стол препод.-1 шт, кафедра-1шт.</p> <p>Число посадочных мест 40. Доска классная -1шт, столы ученические -20шт, стулья-40шт, стол препод.-1 шт, кафедра-1шт.</p> <p>Число посадочных мест 20. 15 ноутбуков Lenovo, доска классная -1шт, столы ученические - 10шт, стулья-20шт, стол препод.-1 шт, кафедра-1шт.</p> <p>Число посадочных мест 30. Доска классная -1шт, столы ученические -15шт, стулья-30шт, стол</p>	<p>AcademicEdition Enterprase. Договор № 50 от 28 января 2019 г., ООО "СофтЛайн Проекты"</p> <p>Пакет офисных программ Microsoft Office Microsoft Desktop School ALNG LicSAPk OLVS E 1Y AcademicEdition Enterprase Договор № 50 от 28 января 2019 г., ООО "СофтЛайн Проекты"</p> <p>Антивирус Касперского – система антивирусной защиты рабочих станций и файловых серверов Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 500-999 Node 1 year Educational Renewal License антивирус Касперского Договор № 50 от 28 января 2019 г., ООО "СофтЛайн Проекты"</p> <p>Антивирус Dr.Web – система антивирусной защиты рабочих станций и файловых серверов Dr.Web Desktop Security Suite Договор № 50 от 28 января 2019 г., ООО "СофтЛайн Проекты"</p> <p>Система дистанционного обучения для Учебного портала Русский Moodle 3KL Договор № 316 от мая 2018 г., ООО "СофтЛайн Проекты"</p> <p>Пакет для статистического анализа данных Statistica Base for Windows v.12 English / v.10 Russian Academic (12 шт.). Договор № 874 от 17 декабря 2013, ЗАО "СофтЛайн Трейд"</p>
--	--	--	--

	Учебная комната №22	препод.-1 шт, кафедра-1шт. Число посадочных мест 30. Доска классная -1шт, столы ученические -15шт, стулья-30шт, стол препод.-1 шт, кафедра-1шт.	
	Учебная комната №23	Число посадочных мест 20. 10 компьютеров Ven Q, доска классная -1шт, столы ученические - 10шт, стулья-20шт, стол препод.-1 шт, кафедра-1шт.	
	Учебная комната №24	Число посадочных мест 30. Доска классная -1шт, столы ученические -15шт, стулья-30шт, стол препод.-1 шт, кафедра-1шт.	
	г. Уфа, Лесной проезд, 3 тел.: (347) 232-32-88 Конференц зал поликлиники больницы №21.	Число посадочных мест 90. Кресла – 90 шт. стол–3.	

3.11. Образовательные технологии

При изучении данной дисциплины используются такие образовательные технологии, как интерактивные занятия. Примеры интерактивных форм и методов проведения занятий: *имитационные технологии*: деловые игры, ситуация-кейс; *неимитационные технологии*: лекция (проблемная, визуализация), дискуссия (с «мозговым штурмом» и без него), программированное обучение.

3.12 Разделы учебной дисциплины (модуля) и междисциплинарные связи с последующими дисциплинами

№ п/п	Наименование последующих дисциплин	Разделы данной дисциплины, необходимые для изучения последующих дисциплин	
		1	2
1	Экономика здравоохранения	+	+
2	Маркетинг в здравоохранении	+	+

4. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины:

Обучение по дисциплине «Маркетинг в здравоохранении» складывается из контактной работы (48 часов), включающих лекционный курс (12 ч.) и практические занятия (36 ч.), и самостоятельной работы (24 ч.). Основное учебное время выделяется на практическую работу по формированию закрепленных за дисциплиной компетенций.

При изучении учебной дисциплины необходимо использовать теоретические знания и освоить практические умения работы с научной и учебной литературой, которые необходимы для последующей профессиональной деятельности.

Практические занятия проводятся с использованием наглядных пособий, сопровождаются решением ситуационных задач, ответов на тестовые задания.

В соответствии с ФГОС ВО в учебном процессе широко используются активные и интерактивные формы проведения занятий: имитационные образовательные технологии – проблемное и контекстное обучение при решении ситуационных задач.

Самостоятельная работа студентов подразумевает подготовку к практическим занятиям (подготовка к текущему тестовому контролю, решению ситуационных задач) и промежуточной аттестации (итоговое тестирование, собеседование) и включает работу с теоретическим материалом, дополнительной литературой, электронными образовательными ресурсами.

Работа с учебной литературой рассматривается как вид учебной работы по дисциплине «Маркетинг 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 рекомендации для обучающихся «Методические указания к практическим занятиям для студентов по дисциплине «Маркетинг в здравоохранении» и методические указания для преподавателей «Методические указания к практическим занятиям для преподавателей по дисциплине «Маркетинг в здравоохранении».

Во время изучения учебной дисциплины, обучающиеся самостоятельно проводят исследовательскую работу на основе изучения и анализа литературных источников, что способствует формированию умения находить необходимую информацию в доступных источниках, накапливать, осмысливать и перерабатывать информацию, способствует формированию навыков исследовательской работы и публичных выступлений, расширяет познавательные интересы обучающегося. Работа обучающихся в группе формирует чувство коллективизма и коммуникабельность.

Исходный уровень знаний обучающихся определяется входным тестированием, текущий контроль усвоения предмета определяется тестовым контролем в ходе занятий, а также при решении типовых ситуационных задач. В конце изучения учебной дисциплины проводится промежуточная аттестация в форме зачета который проводится в 3 этапа: тестирование, прием практических навыков и собеседования по билетам.


Вопросы по учебной дисциплине (модулю) включены в Государственную итоговую аттестацию выпускников.

5. Протокол согласования рабочей программы дисциплины «Маркетинг в здравоохранении» с другими дисциплинами специальности (приложение)

6. Протоколы утверждения заседания кафедры, ЦМК, УМС (приложение)

**Протокол согласования рабочей программы дисциплины
«Маркетинг в здравоохранении»
специальности 34.03.01 Сестринское дело с другими дисциплинами**

Дисциплина «Экономика здравоохранения»

Наименование предшествующей кафедры	Наименование предшествующей учебной дисциплины	Знания, полученные при изучении предшествующей дисциплины	Умения, приобретенные при изучении предшествующей дисциплины	Навыки, приобретенные при изучении предшествующей дисциплины	Компетенции, приобретенные при изучении предшествующей дисциплины	Подпись заведующего предшествующей кафедрой
1	2	3	4	5	6	7
Кафедра общественного здоровья и организации здравоохранения с курсом ИДПО	Маркетинг в здравоохранении	Концепции маркетинга как «рыночной теории управления», в условиях современных рыночных отношениях методики маркетинговых исследований и товароведческого анализа	Проводить маркетинговые исследования Организовывать маркетинговую деятельность медицинской организации	проведения научных исследования по проблемам управления маркетинговой деятельностью медицинской организации и излагать результаты научных исследований в устной и письменной форме с использованием современных технических средств.	УК-2 ПК-13	протокол №17 от 27.05.2021 зав. кафедрой 

Зав. кафедрой общественного здоровья и организации здравоохранения с курсом ИДПО,
профессор, д.м.н.



Н.Х. Шарафутдинова

**Протокол согласования рабочей программы дисциплины
«Маркетинг в здравоохранении»
специальности 34.03.01 Сестринское дело с другими дисциплинами**

Дисциплина «Сестринское дело в семейной медицине»

Наименование предшествующей кафедры	Наименование предшествующей учебной дисциплины	Знания, полученные при изучении предшествующей дисциплины	Умения, приобретенные при изучении предшествующей дисциплины	Навыки, приобретенные при изучении предшествующей дисциплины	Компетенции, приобретенные при изучении предшествующей дисциплины	Подпись заведующего предшествующей кафедрой
1	2	3	4	5	6	7
Кафедра общественного здоровья и организации здравоохранения с курсом ИДПО	Маркетинг в здравоохранении	Концепции маркетинга как «рыночной теории управления», в условиях современных рыночных отношениях методики маркетинговых исследований и товароведческого анализа	Проводить маркетинговые исследования Организовывать маркетинговую деятельность медицинской организации	Проведения научных исследования по проблемам управления маркетинговой деятельностью медицинской организации и излагать результаты научных исследований в устной и письменной форме с использованием современных технических средств.	УК-2	протокол №17 от 27.05.2021 зав. кафедрой 

И.о. зав. кафедрой терапии
и сестринского дела с уходом
за больными,
доцент, к.м.н.



Г.Ф. Имельгузина

ЗАКЛЮЧЕНИЕ РЕЦЕНЗЕНТА

на рабочую программу по дисциплине «Маркетинг в здравоохранении» по направлению подготовки 34.03.01 Сестринское дело, разработанную сотрудниками кафедры общественного здоровья и организации здравоохранения с курсом ИДПО ФГБОУ ВО «Башкирский государственный медицинский университет» Минздрава России Шарафутдиновой Н.Х., Мухамадеевой О.Р.

Представленная на рецензию рабочая программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО-бакалавриат по направлению подготовки 34.03.01 Сестринское дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 22.09.2017 г. № 971

Рабочая программа «Маркетинг в здравоохранении» содержит цель и задачи преподаваемой дисциплины, требования к уровню освоения содержания дисциплины: перечень знаний и умений. В рабочей программе дано распределение часов по разделам дисциплины. Всего на курс выделено 72 часов (2,0 зачетных единиц). Из них контактных 48 часов, в том числе 12 часа лекций и 36 часов практических занятий. Подробно изложены объем дисциплины, виды учебной работы, тематический план разделов дисциплины, виды занятий, компетенции, сформированные при изучении дисциплины (УК-2, ОПК-10, ПК-13). Рабочая программа представлена с современных научно-педагогических позиций, оптимизирует организацию самостоятельной работы студентов.

Требования, определяющие качество учебно-методической литературы	Оценка выполнения требований в баллах (1-10)	Замечания
Общие требования 1. Содержание рабочей программы соответствует требованиям ФГОС ВО-бакалавриат, учебному плану по направлению 34.03.01 – «Сестринское дело»	9 баллов	нет
Требования к содержанию 2. Основные дидактические единицы соответствуют ФГОС ВО-бакалавриат направлению 34.03.01 – «Сестринское дело»	9 баллов	нет
Требования к качеству информации 1. Приведенные сведения точны, достоверны и обоснованы. 2. Авторами использованы методы стандартизации. 3. Используются классификации и номенклатуры, принятые в последние годы. 4. Методический уровень представления рабочей программы высок, изложение содержания адаптировано к образовательным технологиям. 5. Соблюдены психолого-педагогические требования к трактовке излагаемого материала.	9 баллов 8 баллов 9 баллов 9 баллов 8 баллов	нет
Требования к стилю изложения 1. Изложение вопросов системно, последовательно, без излишних подробностей. 2. Определения четки, доступны для понимания.	9 баллов 8 баллов	нет

3. Однозначность употребления терминов.	8 баллов	
4. Соблюдены нормы современного русского языка.	9 баллов	
Требования к оформлению		
1. Рабочая программа оформлена аккуратно, в едином стиле	9 баллов	нет
Итого баллов	104 балла	

Заключение.

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг в здравоохранении» является важными и необходимыми элементом в учебном процессе, выполнена с соблюдением основных требований, предъявляемых к учебно-методической литературе, может быть рекомендована к применению.

Зав. кафедрой общественного здоровья и
здравоохранения №1 ФГБОУ ВО
«Оренбургский государственный
медицинский университет» Минздрава России
д.м.н., профессор



Е.Л. Борщук

460000 г. Оренбург, пр. Парковый, 7 учебный корпус №3
8 (3532) 77-30-53
k_pubzdravl@orgma.ru

Личную подпись	<i>Е.Л. Борщук</i>
заверяю	
Начальник отдела кадров	<i>Гирькин</i>

ЗАКЛЮЧЕНИЕ РЕЦЕНЗЕНТА

на рабочую программу по дисциплине «Маркетинг в здравоохранении» по направлению подготовки 34.03.01 Сестринское дело, разработанную сотрудниками кафедры общественного здоровья и организации здравоохранения с курсом ИДПО ФГБОУ ВО «Башкирский государственный медицинский университет» Минздрава России Шарафутдиновой Н.Х., Мухамадеевой О.Р.

Представленная на рецензию рабочая программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО-бакалавриат по направлению подготовки 34.03.01 Сестринское дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 22.09.2017 г. № 971

Рабочая программа «Маркетинг в здравоохранении» содержит цель и задачи преподаваемой дисциплины, требования к уровню освоения содержания дисциплины: перечень знаний и умений. В рабочей программе дано распределение часов по разделам дисциплины. Всего на курс выделено 72 часов (2,0 зачетных единиц). Из них контактных 48 часов, в том числе 12 часа лекций и 36 часов практических занятий. Подробно изложены объем дисциплины, виды учебной работы, тематический план разделов дисциплины, виды занятий, компетенции, сформированные при изучении дисциплины (УК-2, ОПК-10, ПК-13). Рабочая программа представлена с современных научно-педагогических позиций, оптимизирует организацию самостоятельной работы студентов.

Требования, определяющие качество учебно-методической литературы	Оценка выполнения требований в баллах (1-10)	Замечания
Общие требования 1. Содержание рабочей программы соответствует требованиям ФГОС ВО-бакалавриат, учебному плану по направлению 34.03.01 – «Сестринское дело»	9 баллов	нет
Требования к содержанию 2. Основные дидактические единицы соответствуют ФГОС ВО-бакалавриат направлению 34.03.01 – «Сестринское дело»	9 баллов	нет
Требования к качеству информации 1. Приведенные сведения точны, достоверны и обоснованы. 2. Авторами использованы методы стандартизации. 3. Используются классификации и номенклатуры, принятые в последние годы. 4. Методический уровень представления рабочей программы высок, изложение содержания адаптировано к образовательным технологиям. 5. Соблюдены психолого-педагогические требования к трактовке излагаемого материала.	9 баллов 8 баллов 9 баллов 9 баллов 8 баллов	нет
Требования к стилю изложения 1. Изложение вопросов системно, последовательно, без излишних подробностей. 2. Определения четки, доступны для понимания. 3. Однозначность употребления терминов. 4. Соблюдены нормы современного русского языка.	9 баллов 8 баллов 8 баллов 9 баллов	нет
Требования к оформлению 1. Рабочая программа оформлена аккуратно, в едином стиле	9 баллов	нет
Итого баллов	104 балла	

Заключение.

Рабочая программа дисциплины «История медицины» является важными и необходимыми элементом в учебном процессе,

позволяет выявить уровень сформированности профессиональных компетенций и может быть рекомендована к применению.

Главный врач ГБУЗ РБ
Детская поликлиника № 2 г. Уфа



Э.З. Бикметова

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины (модуля)

1. <https://www.medicinform.net/> (Медицинская информационная сеть)
2. <https://www.studentlibrary.ru/> (Консультант студента)

Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы, необходимые для освоения учебной дисциплины (модуля)

1. <http://www.pubmedcentral.nih.gov> - U.S. National Institutes of Health (NIH). Свободный цифровой архив журнальных публикаций по результатам биомедицинских научных исследований.
2. <http://medbiol.ru> - Сайт для образовательных и научных целей.
3. <http://www.biochemistry.org> - Сайт Международного биохимического общества (The International Biochemical Society).
4. <http://www.clinchem.org> - Сайт журнала Clinical Chemistry. Орган Американской ассоциации клинической химии - The American Association for Clinical Chemistry (AACC). (Международное общество, объединяющее специалистов в области медицины, в сферу профессиональных интересов которых входят: клиническая химия, клиническая лабораторная наука и лабораторная медицина).
5. <http://biomolecula.ru/> - биомолекула - сайт, посвящённый молекулярным основам современной биологии и практическим применениям научных достижений в медицине и биотехнологии.

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства, необходимые для освоения учебной дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование	Описание	Кол-во	Поставщик	Где установлено
1.	Права на программу для ЭВМ корпоративная лицензия на специальный набор программных продуктов Microsoft Desktop School ALNG LicSAPk OLVS E 1Y AcademicEdition Enterprise	Операционная система Microsoft Windows + офисный пакет Microsoft Office	200	ООО «Софтлайн Трейд»	Кафедры и подразделения Университета

2.	Права на программу для ЭВМ набор веб-сервисов, предоставляющих доступ к различным программам и услугам на основе платформы Microsoft Office для образования Microsoft Office 365 A5 for faculty - Annually	Организация ВКС Microsoft Teams	25	ООО «Софтлайн Трейд»	Лекционные аудитории Кафедры и подразделения Университета
3.	Права на программу для ЭВМ система антивирусной защиты персональных компьютеров Dr.Web Desktop Security Suite Комплексная защита + Центр управления	Антивирусная защита (российское ПО)	1750	ООО «Софтлайн Трейд»	Сервера, кафедры и подразделения Университета
4.	Права на программу для ЭВМ система антивирусной защиты рабочих станций и файловых серверов Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 500-999 Node 1 year Educational Renewal License	Антивирусная защита (российское ПО)	450	ООО «Софтлайн Трейд»	Кафедры и подразделения Университета
5.	Права на программу для ЭВМ Офисное программное обеспечение Мой Офис Стандартный	Офисный пакет (российское ПО)	120	ООО «Софтлайн Трейд»	Кафедры и подразделения Университета

Выписка

из протокола № 9 от 26.05.2021г.

заседания Учебно-методического совета по специальностям 32.05.01 Медико-профилактическое дело, 30.05.01 Медицинская биохимия и направлению подготовки 34.03.01 Сестринское дело

На основании представленных материалов УМС подтверждает, что:

1. Рабочая программа, методические и оценочные материалы по учебной дисциплине «Маркетинг в здравоохранении» для обучающихся 4 курса по направлению подготовки 34.03.01 Сестринское дело направленность (профиль) «Школьная и дошкольная медицина» подготовлены удовлетворительно с методической и научной точек зрения.
2. Представленные материалы соответствует ФГОС ВО по специальности 34.03.01 Сестринское дело направленность (профиль) «Школьная и дошкольная медицина» (приказом Министерства образования и науки РФ 22.09.2017 г. протокол № 971. Редакция с изменениями № 1456 от 26 ноября 2020 г.)
3. Объем часов дисциплины «Маркетинг в здравоохранении» (216 /6 з.е) соответствует учебному плану по специальности 34.03.01 Сестринское дело направленность (профиль) «Школьная и дошкольная медицина» (утвержденный Ученым советом ФГБОУ ВО «Башкирский государственный медицинский университет» Минздрава России от 25.05.2021г., протокол №6).
4. На представленные материалы имеются две положительные рецензии:
Е.Л. Борщук – д.м.н., профессор, зав. кафедрой общественного здоровья и здравоохранения ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный медицинский университет» Минздрава России.
Э.З. Бикметова – Главный врач ГБУЗ РБ Детская поликлиника № 2 г. Уфа
5. УМС рекомендует представленные материалы по дисциплине «Маркетинг в здравоохранении» по направлению 34.03.01 Сестринское дело направленность (профиль) «Школьная и дошкольная медицина» к утверждению.

Председатель УМС по
МПД, МБХ, СД

Ш.Н. Галимов

Секретарь

А.И. Агафонов

Выписка

из протокола № 17 от 25.05. 2021г.

заседания кафедры общественного здоровья и организации здравоохранения с курсом
ИДПО

На заседании кафедры представлены рабочая программа, методические и оценочные материалы по учебной дисциплине «Маркетинг в здравоохранении» для обучающихся 4 курса по направлению подготовки 34.03.01 Сестринское дело направленность (профиль) «Школьная и дошкольная медицина» очной формы обучения.

На основании представленных материалов кафедра подтверждает, что:

1. Рабочая программа, методические и оценочные материалы по учебной дисциплине «Маркетинг в здравоохранении» для обучающихся 4 курса по направлению подготовки 34.03.01 Сестринское дело направленность (профиль) «Школьная и дошкольная медицина» подготовлены удовлетворительно с методической и научной точек зрения.

2. Представленные материалы соответствует ФГОС ВО по специальности 34.03.01 Сестринское дело направленность (профиль) «Школьная и дошкольная медицина» (приказом Министерства образования и науки РФ 22.09.2017 г. протокол № 971. Редакция с изменениями № 1456 от 26 ноября 2020 г.)

3. Объем часов дисциплины «Маркетинг в здравоохранении» (72 /2 з.е) соответствует учебному плану по специальности 34.03.01 Сестринское дело направленность (профиль) «Школьная и дошкольная медицина» (утвержденный Ученым советом ФГБОУ ВО «Башкирский государственный медицинский университет» Минздрава России от 25.05.2021г., протокол №6).

4. На представленные материалы имеются две положительные рецензии:

Е.Л. Борщук – д.м.н., профессор, зав. кафедрой общественного здоровья и здравоохранения ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный медицинский университет» Минздрава России.

Э.З. Бикметова – Главный врач ГБУЗ РБ Детская поликлиника № 2 г. Уфа

5. Кафедра рекомендует представленные материалы по дисциплине «Маркетинг в здравоохранении» по направлению 34.03.01 Сестринское дело направленность (профиль) «Школьная и дошкольная медицина» к утверждению.

Заведующий кафедрой
профессор



Н.Х. Шарафутдинова

Секретарь кафедры



Р.Р. Юнусова

Выписка

из протокола №1 от 25.05.2021г.
заседания ЦМК социально-экономических дисциплин БГМУ

На заседании ЦМК представлены рабочая программа, методические и оценочные материалы по учебной дисциплине «Маркетинг в здравоохранении» для обучающихся 4 курса по направлению подготовки 34.03.01 Сестринское дело направленность (профиль) «Школьная и дошкольная медицина» очной формы обучения.

На основании представленных материалов ЦМК подтверждает, что:

1. Рабочая программа, методические и оценочные материалы по учебной дисциплине «Маркетинг в здравоохранении» для обучающихся 4 курса по направлению подготовки 34.03.01 Сестринское дело направленность (профиль) «Школьная и дошкольная медицина» подготовлены удовлетворительно с методической и научной точек зрения.
2. Представленные материалы соответствует ФГОС ВО по специальности 34.03.01 Сестринское дело направленность (профиль) «Школьная и дошкольная медицина» (приказом Министерства образования и науки РФ 22.09.2017 г. протокол № 971. Редакция с изменениями № 1456 от 26 ноября 2020 г.)
3. Объем часов дисциплины «Маркетинг в здравоохранении» (72 /2 з.е) соответствует учебному плану по специальности 34.03.01 Сестринское дело направленность (профиль) «Школьная и дошкольная медицина» (утвержденный Ученым советом ФГБОУ ВО «Башкирский государственный медицинский университет» Минздрава России от 25.05.2021г., протокол №6).
4. На представленные материалы имеются две положительные рецензии:
Е.Л. Борщук – д.м.н., профессор, зав. кафедрой общественного здоровья и здравоохранения ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный медицинский университет» Минздрава России.
Э.З. Бикметова – Главный врач ГБУЗ РБ Детская поликлиника № 2 г. Уфа
5. ЦМК рекомендует представленные материалы по дисциплине «Маркетинг в здравоохранении» по направлению 34.03.01 Сестринское дело направленность (профиль) «Школьная и дошкольная медицина» к утверждению.

Председатель ЦМК



Н.Х. Шарафутдинова

Секретарь кафедры



Р.Р. Юнусова