

Министерство здравоохранения Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МЕДИКО-СТОМАТОЛОГИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.И. ЕВДОКИМОВА»  
ФГБОУ ВО МГМСУ им. А.И. Евдокимова Минздрава России

Факультет Экономический  
Кафедра Финансов и инвестиций

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Маркетинг медицинских услуг**

*Наименование дисциплины и Модуля (при наличии) практики*

**38.03.02 Менеджмент**

*Код и Наименование специальности/Направления подготовки/Направленность*

**Бакалавр**

*Квалификация выпускника*

**Очная**

*Форма обучения*

**3 з.ч.- 108 часов**

*Трудоемкость дисциплины и Модуля (при наличии) практики*

**Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)**

**Маркетинг медицинских услуг**

**Цель и задачи освоения дисциплины (модуля):**

Цель:

Приобретение знаний основ маркетинговой деятельности в сфере медицинских услуг

Задачи:

Развитие у студентов культуры экономического мышления

Овладение понятийным аппаратом дисциплины, основными теоретическими положениями и методами маркетинговой деятельности в сфере медицинских услуг

**Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы:**

Дисциплина Маркетинг медицинских услуг реализуется в вариативной части учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент очной формы обучения.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля):**

ПК-3 – владеть навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.

ПК-7 – владеть навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, уметь координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ.

**Содержание дисциплины (модуля):**

**Раздел 1. Основы маркетинга медицинских услуг**

**Тема 1. Медицинская услуга как рыночный продукт.**

Особенности маркетинга на рынке медицинских услуг. Сущность маркетинга медицинских услуг. Состояние и перспективы развития маркетинга в сфере услуг. Цели

и принципы маркетинга, их взаимосвязь с целями и функциями предприятия как субъекта маркетинговой деятельности. Предмет исследования маркетинга. Системный подход как методологическая основа маркетинга. Особенности современного российского рынка медицинских услуг.

**Тема 2. Маркетинговые исследования рынка медицинских услуг.**

Сущность и значение маркетинговых исследований на рынке услуг. Принципы исследований в маркетинге (системность, систематичность, объективность, тщательность, точность). Категории и методы маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система, ее элементы, организация управления. Информационные маркетинговые системы. Методология плана маркетингового исследования. Стратегии сегментации. Позиционирование на рынке медицинских услуг

**Тема 3. Особенности комплекса маркетинга медицинской организации.**

Анализ моделей комплекса маркетинга. Особенности оценки эффективности комплекса маркетинга. Модели покупательского поведения. Процесс принятия решения о покупке: осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решения о покупке, реакция на покупку. Факторы, влияющие на поведение покупателей медицинских услуг.

**Раздел 2. Стратегии и методы маркетинга медицинских услуг.**

**Тема 1. Организация маркетинговой деятельности медицинской организации**

Особенности организации службы маркетинга в медицинских организациях.

Маркетинговые стратегии предприятия (фирмы) на разных стадиях ЖЦГ.

**Тема 2. Базовые маркетинговые стратегии на рынке медицинских услуг и их реализация.**

Виды стратегий и условия их применения. Содержание и особенности ценовых стратегий, используемых маркетингом. Маркетинговый план организации. Диагностика конкурентной среды в системе маркетинга.

**Тема 3. Современные проблемы маркетинга на рынке медицинских услуг.**

Маркетинг менеджмент в сфере медицинских услуг. Эффективность маркетинговых решений на виртуальных рынках. Маркетинг взаимодействия: интеграция и координация в маркетинге медицинских услуг.


**Вид промежуточной аттестации**

Зачет.

**Иные сведения и (или) материалы.**

Не предусмотрены.

Заведующий кафедрой

  
Подпись

Т.Ю. Горькова  
ФИО

15.05.2017

Дата