

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

3 з.ч.- 108 акад. часов

Трудоемкость дисциплины и Модуля (при наличии) /практики

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 3 курсе в 5 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 ЖЦТ.

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.

Заведующий кафедрой, д.э.н., профессор



Подпись

Т.Ю. Горькова

ФИО

28.08.2018

Дата