



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Волгоградский государственный медицинский университет»
Министерства здравоохранения Российской Федерации

Образовательная программа
направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль Управление в здравоохранении (уровень бакалавриата)

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ
КОМПЛЕКС
ДИСЦИПЛИНЫ

«МАРКЕТИНГ В
ЗДРАВООХРАНЕНИИ»

**Тематический план самостоятельной работы студента
по дисциплине «МАРКЕТИНГ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ»
для обучающихся
по направлению подготовки «Менеджмент», профиль «Управление в
здравоохранении» (уровень бакалавриата)
в 2021-2022 учебном году**

№	Темы	Часы (академ.)	
		Форма обучения	
		очная	заочная
1	Модульная единица 1. Маркетинг в системе здравоохранения. Возникновение маркетинга как научной области знаний. Сущность маркетинга в здравоохранении. Особенности маркетинга в здравоохранении. Маркетинг коммерческих организаций и социальный маркетинг. Основные функции маркетинга в здравоохранении. Особенности применения инструментов маркетинга в здравоохранении РФ.	6	.10
2	Модульная единица 2. Маркетинговая среда в здравоохранения. Классификация факторов маркетинговой среды. Макро- и микросреда в маркетинге. Влияние факторов макросреды на рынок товаров и услуг медицинского назначения.	6	10
3	Модульная единица 3. Потребители товаров и услуг медицинского назначения. Особенности покупательского поведения. Классификация потребителей товаров и услуг медицинского назначения. Семья как потребитель товаров и услуг медицинского назначения. Факторы, влияющие на поведение покупателей. Процесс принятия решения о покупке.	6	10
4	Модульная единица 4. Организация маркетинга в системе здравоохранения. Виды организационных структур	6	10
5	Модульная единица 5. Управление маркетингом в системе здравоохранения. Система маркетинговой информации. Классификация маркетинговых исследований, методические основы их проведения. Анализ конъюнктуры. Прогнозирование спроса. Расчет емкости рынка. Конкурентоспособность медицинских товаров и услуг. Конкурентоспособность организации в сфере здравоохранения.	6	10
6	Модульная единица 6. Маркетинговые исследования в системе здравоохранения. Система маркетинговой информации. Классификация маркетинговых исследований, методические основы их проведения. Анализ конъюнктуры. Прогнозирование спроса. Расчет емкости рынка. Конкурентоспособность медицинских товаров и услуг. Конкурентоспособность организации в сфере здравоохранения.	6	10
7	Модульная единица 7. Сегментирование в маркетинге системы	6	10



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Волгоградский государственный медицинский университет»
Министерства здравоохранения Российской Федерации

Образовательная программа
направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль Управление в здравоохранении (уровень бакалавриата)

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ
КОМПЛЕКС
ДИСЦИПЛИНЫ

«МАРКЕТИНГ В
ЗДРАВООХРАНЕНИИ»

	здравоохранения Ниша рынка. Принципы и признаки сегментации товаров и услуг медицинского назначения. Критерии выбора целевого рынка. Варианты охвата рынка.		
8	Модульная единица 8. Особенности планирования маркетинга в системе здравоохранения Планирование маркетинга в организациях здравоохранения. Стратегия и тактика маркетинга. Оперативное планирование маркетинга. Основные стратегии маркетинга в организациях системы здравоохранения. Комплекс маркетинг-микс по продукту.	6	10
9	Модульная единица 9. Особенности формирования товарной политики в маркетинге здравоохранения Классификация медицинских препаратов. Классификация медицинских услуг. Сертификация медицинских препаратов. Способы защиты товаров и услуг от фальсификации. Основы патентования.	6	10
10	Модульная единица 10. Особенности политики цен в маркетинге здравоохранения Факторы, влияющие на цену товаров и услуг медицинского назначения.	6	10
11	Модульная единица 11. Особенности политики распределения в системе здравоохранения Понятие о прямом и косвенном сбыте. Способы организации прямых продаж. Каналы сбыта. Оптовая и розничная продажа медицинских препаратов и медицинской техники.	10	20
12	Модульная единица 12. Маркетинговые коммуникации Средства продвижения в маркетинге здравоохранения: реклама, пропаганда, стимулирование сбыта, личная продажа. Планирование комплекса продвижения. Расчет затрат на продвижение. Оценка эффективности продвижения.	4	35
	ИТОГО	80	155

Обсуждено на заседании кафедры экономики и менеджмента, протокол № 11 от «01» июня 2021 г.

Заведующий кафедрой

С.Ю. Соболева