	<p>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации</p> <p>Образовательная программа направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль Управление в здравоохранении (уровень бакалавриата)</p>	<p>УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ</p> <p>«МАРКЕТИНГ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ»</p> <p>ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ</p>
---	--	---

**Оценочные средства для проведения аттестации
по дисциплине «МАРКЕТИНГ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ»
для обучающихся
по направлению подготовки «Менеджмент», профиль «Управление в
здравоохранении» (уровень бакалавриата)
в 2021-2022 учебном году**

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

ПК-5 способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	
Знать:	
Этап: 2	<ul style="list-style-type: none"> - экономические основы поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков и проводить анализ конкурентной среды отрасли ; - методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений при планировании рыночной деятельности организации - методы разработки бизнес-планов создания и развития новых организаций.
Уметь:	
Этап: 2	<ul style="list-style-type: none"> -использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и бенчмаркинга ; - проводить анализ деятельности организации в условиях изменения конъюнктуры и использовать его результаты для подготовки управленческих решений; - планировать стратегию, тактику и операционную (производственную) деятельность организаций.
Владеть:	
Этап: 2	<ul style="list-style-type: none"> -методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении рыночной деятельностью организаций; - методами сбора и обработки рыночной информации.

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения				
		1-60	61-75	76-90	91-95	96-100
ПК-5 Этап 2	Знать:	Не знает экономические основы поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков и проводить	Фрагментарно знает экономические основы поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков и	Не полностью знает экономические основы поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков и	С незначительными пробелами знает экономические основы поведения организаций, иметь представление	Полностью и систематизировано знает экономические основы поведения организаций, иметь представление о различных структурах



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»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ
СРЕДСТВ

		анализ конкурентной среды отрасли ; методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений при планировании рыночной деятельности организации ;	проводить анализ конкурентной среды отрасли ; методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений при планировании рыночной деятельности организации ;	проводить анализ конкурентной среды отрасли ; методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений при планировании рыночной деятельности организации ;	е о различных структурах рынков и проводить анализ конкурентной среды отрасли ; методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений при планировании рыночной деятельности организации ;	рынков и проводить анализ конкурентной среды отрасли ; методы принятия стратегических, тактических и оперативных решений при планировании рыночной деятельности организации ;
Уметь:	Отсутствие умения использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и бенчмаркинга ; проводить анализ деятельности организации в условиях изменения конъюнктуры и использовать его результаты для подготовки управленческих решений; планировать стратегию, тактику и операционную	Частичные умения использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и бенчмаркинга ; проводить анализ деятельности организации в условиях изменения конъюнктуры и использовать его результаты для подготовки управленческих решений; планировать стратегию, тактику и операционную	Неполные умения использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и бенчмаркинга ; проводить анализ деятельности организации в условиях изменения конъюнктуры и использовать его результаты для подготовки управленческих решений; планировать стратегию, тактику и операционную	Допускаются несущественные неточности в умении использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и бенчмаркинга ; проводить анализ деятельности организации в условиях изменения конъюнктуры и использовать его результаты для подготовки управленческих решений; планировать стратегию,	Сформированные систематизированные умения использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и бенчмаркинга ; проводить анализ деятельности организации в условиях изменения конъюнктуры и использовать его результаты для подготовки управленческих решений; планировать стратегию, тактику и операционную (производственную) деятельность организаций.	


	<p>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации</p> <p>Образовательная программа направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль Управление в здравоохранении (уровень бакалавриата)</p>	<p>УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ</p> <p>«МАРКЕТИНГ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ»</p> <p>ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ</p>
---	--	---

		(производственную) деятельность организаций.	(производственную) деятельность организаций.	(производственную) деятельность организаций.	тактику и операционную (производственную) деятельность организаций.	
Владеть навыками:	Отсутствие навыков владения методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении рыночной деятельностью организаций; методами сбора и обработки рыночной информации.	Частичное владение навыками владения методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении рыночной деятельностью организаций; методами сбора и обработки рыночной информации.	Несистематическое применение навыков владения методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении рыночной деятельностью организаций; методами сбора и обработки рыночной информации.	Допускаются пробелы в систематическом применении навыков владения методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении рыночной деятельностью организаций; методами сбора и обработки рыночной информации.	Успешное и систематическое применение навыков владения методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении рыночной деятельностью организаций; методами сбора и обработки рыночной информации.	


3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

3.3. Перечень вопросов для собеседования для промежуточной аттестации, проверяющие знания в рамках компетенции

№	Вопросы для промежуточной аттестации	Проверяемые компетенции
1.	<u>Маркетинг в системе охраны здоровья населения РФ.</u>	ПК-5 (Э2. 3)
2.	Категории маркетинга. Основные функции маркетинга в здравоохранении.	ПК-5 (Э2. 3)
3.	Социальный маркетинг. Предмет, цели, задачи	ПК-5 (Э2. 3)

	<p>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации</p> <p>Образовательная программа направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль Управление в здравоохранении (уровень бакалавриата)</p>	<p>УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ</p> <p>«МАРКЕТИНГ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ»</p> <p>ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ</p>
---	--	---


	социального маркетинга.	
4.	Роль социального маркетинга в управлении здравоохранением.	ПК-5 (Э2. 3)
5.	Маркетинговая среда в здравоохранении: макросреда и микросреда.	ПК-5 (Э2. 3)
6.	Основные факторы макро- и микросреды в здравоохранении.	ПК-5 (Э2. 3)
7.	Организация службы маркетинга в организациях здравоохранения. Принципы построения организационных структур.	ПК-5 (Э2. 3)
8.	Маркетинговые исследования в здравоохранении: классификация, основы проведения.	ПК-5 (Э2. 3)
9.	Оценка конкурентоспособности товаров и услуг медицинского назначения. Отличие конкурентоспособности услуги от конкурентоспособности организации.	ПК-5 (Э2. 3)
10.	Изучение конъюнктуры рынка товаров и услуг медицинского назначения.	ПК-5 (Э2. 3)
11.	Прогнозирование спроса на товары и услуги медицинского назначения. Расчет емкости рынка.	ПК-5 (Э2. 3)
12.	Особенности потребительского рынка в здравоохранении. Индивидуальные и коллективные потребители.	ПК-5 (Э2. 3)
13.	Семья, как объект исследования маркетинга в здравоохранении. Этапы жизненного цикла семьи.	ПК-5 (Э2. 3)
14.	Система управления маркетингом.	ПК-5 (Э2. 3)
15.	Концепции управления организацией здравоохранения.	ПК-5 (Э2. 3)
16.	Критерии выбора целевого сегмента на рынке товаров и услуг медицинского назначения.	ПК-5 (Э2. 3)
17.	Принципы сегментирования в здравоохранении и их возможные сочетания.	ПК-5 (Э2. 3)

	<p>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации</p> <p>Образовательная программа направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль Управление в здравоохранении (уровень бакалавриата)</p>	<p>УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ</p> <p>«МАРКЕТИНГ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ»</p> <p>ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ</p>
---	--	---

18.	Планирование маркетинга в организациях здравоохранения. Виды и элементы планов маркетинга.	ПК-5 (Э2. 3)
19.	Основные маркетинговые стратегии в здравоохранении.	ПК-5 (Э2. 3)
20.	Маркетинг-микс медицинской организации.	ПК-5 (Э2. 3)
21.	Особенности медицинских услуг. Классификация товаров и изделий медицинского назначения.	ПК-5 (Э2. 3)
22.	Способы защиты товаров и услуг от фальсификации. Сущность патентования.	ПК-5 (Э2. 3)
23.	Особенности ценообразования в маркетинге здравоохранения. Методы ценообразования в здравоохранении.	ПК-5 (Э2. 3)
24.	Корректирование цен с учетом особенностей товарного ассортимента, сезонных скидок, психологии восприятия цены покупателем.	ПК-5 (Э2. 3)
25.	Факторы, влияющие на уровень цен в здравоохранении.	ПК-5 (Э2. 3)
26.	Особенности распределения товаров и услуг медицинского назначения.	ПК-5 (Э2. 3)
27.	Средства продвижения медицинских товаров и услуг: реклама, пропаганда, стимулирование спроса и личная продажа.	ПК-5 (Э2. 3)
28.	Особенности планирования комплекса продвижения товаров и услуг медицинского назначения.	ПК-5 (Э2. 3)
29.	Методы расчета затрат на продвижение товаров и услуг медицинского назначения.	ПК-5 (Э2. 3)
30.	Оценка эффективности комплекса продвижения товаров и услуг медицинского назначения	ПК-5 (Э2. 3)

3.2. Перечень ситуационных задач для промежуточной аттестации, проверяющие знания в рамках компетенции

№	Ситуационная задача для промежуточной аттестации	Проверяемые компетенции
---	--	-------------------------

	<p>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации</p> <p>Образовательная программа направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль Управление в здравоохранении (уровень бакалавриата)</p>	<p>УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ</p> <p>«МАРКЕТИНГ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ»</p> <p>ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ</p>
---	--	---

1	<p>Задание для выполнения: перечислить основные проблемы, выделенные на рынке медицинских товаров. Обосновать возможные инструменты маркетинга, которые можно использовать для решения указанных проблем (текст прилагается).</p>	ПК-5 (Э2. У, Э2. Н)
---	---	---------------------

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Разработан на основании «Положения о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Волгоградский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации» (приказ о введении в действие №381-КМ от 16 марта 2017 г.) и «Положения о формах, периодичности и порядке текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся, а также об отчислении обучающихся в ФГБОУ ВО ВолГМУ Минздрава России» (принято на заседании Ученого Совета ФГБОУ ВО ВолГМУ Минздрава России 15 февраля 2017 г., протокол №6).

Рейтинг по дисциплине итоговый (R_d) рассчитывается по следующей формуле:

$$R_d = R_{na} \times R_{dcp} / 2$$

где R_d - рейтинг по дисциплине

R_{na} – рейтинг промежуточной аттестации (зачет/экзамен)

R_{dcp} – рейтинг дисциплины за семестр изучения – индивидуальная оценка усвоения учебной дисциплины в баллах.

Рейтинг по дисциплине за семестр рассчитывается по следующей формуле:

$$R_{пред} = (R_{тек} + R_{тест}) / 2 + R_b - R_{ш}$$

где:

$R_{тек}$ – текущий рейтинг за семестр (текущей успеваемости, оценка которой проводится по среднему баллу, с учетом оценки за самостоятельную работу)


$R_{тест}$ - рейтинг за тестирование.

R_b – рейтинг бонусов

$R_{ш}$ – рейтинг штрафов

Максимальное количество баллов, которое может получить студент по дисциплине в семестре - 100. Минимальное количество баллов, при котором дисциплина должна быть зачтена - 61.

Итоговая оценка по дисциплине

	<p>Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации</p> <p>Образовательная программа направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль Управление в здравоохранении (уровень бакалавриата)</p>	<p>УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ «МАРКЕТИНГ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ»</p> <p>ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ</p>
---	--	--

Оценка по 100-балльной системе	Оценка по системе «зачтено - не зачтено»	Оценка по «5-балльной» системе	
96-100	Зачтено	5	превосходно
91-95	Зачтено	5	отлично
76-90	Зачтено	4	хорошо
61-75	Зачтено	3	удовлетворительно
0-60	не зачтено	2	неудовлетворительно

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

Заведующий кафедрой



С.Ю. Соболева