

**Тематический план занятий семинарского типа  
по дисциплине «МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ»  
для обучающихся  
по направлению подготовки «Менеджмент», профиль «Стратегический менеджмент  
и маркетинг в здравоохранении» (уровень магистратуры)  
в 2022-2023 учебном году**

2.4.1. Очно-заочная форма обучения

№	Тематические блоки	Часы (академ.)
1	<p>Маркетинг как рыночная концепция управления инновациями в сфере здравоохранения.<sup>1</sup></p> <p>Понятие маркетинга инноваций в современном здравоохранении, его роль и место. Классификация инноваций. Цепочка создания стоимости.<sup>2</sup></p>	2
2	<p>Восприятие инноваций в здравоохранении.<sup>1</sup></p> <p>Источники инноваций в организациях здравоохранения. Социальные роли: «аутсайдер», «инсайдер», «инноватор», менеджер, инноваторы и последователи. Восприятие инноваций в организации. Барьеры для распространения инноваций в организации. Инновации как вызов и инновации как возможность развития.<sup>2</sup></p>	2
3	<p>Распространение инноваций на рынке.<sup>1</sup></p> <p>Понятие жизненного цикла товара (ЖЦТ) и диффузия инноваций. Факторы и характер диффузии инноваций. Различия в распространении промышленных и потребительских инноваций. Функции маркетинга в зависимости от этапа ЖЦТ.<sup>2</sup></p>	2
4	<p>Продвижение инноваций.<sup>1</sup></p> <p>Понятие инновационного маркетинга. Новые виды маркетинговых коммуникаций (МК): мобильный маркетинг, вебсайты, интернет-реклама, вирусный маркетинг, партизанский маркетинг. Особенности маркетинга в интеллектуальных и социальных сетях. Особенности управления распространением инноваций. Проблема эффективности новых методов маркетинга.<sup>2</sup></p> <p>Часть 1</p>	2
5	<p>Клиентоориентированный маркетинг и коммерциализация инноваций.<sup>1</sup></p> <p>Понятие клиентоориентированного маркетинга: сущность и показатели. Изменение системы управления маркетингом. Показатели экономической эффективности маркетинга. NMC, MROS, MROI. Коммерциализация</p>	2

	инноваций и формула стратегического управления показателями маркетинга. <sup>2</sup>	
	Промежуточная аттестация	2
	Итого	12

<sup>1</sup> – тема занятия

<sup>2</sup> – сущностное содержание занятия

#### 2.4.2. Заочная форма обучения

№	Тематические блоки	Часы (академ.)
1	Маркетинг как рыночная концепция управления инновациями в сфере здравоохранения. <sup>1</sup> Понятие маркетинга инноваций в современном здравоохранении, его роль и место. Классификация инноваций. Цепочка создания стоимости. <sup>2</sup>	2
2	Восприятие инноваций в здравоохранении. <sup>1</sup> Источники инноваций в организациях здравоохранения. Социальные роли: «аутсайдер», «инсайдер», «инноватор», менеджер, инноваторы и последователи. Восприятие инноваций в организации. Барьеры для распространения инноваций в организации. Инновации как вызов и инновации как возможность развития. <sup>2</sup>	2
3	Распространение инноваций на рынке. <sup>1</sup> Понятие жизненного цикла товара (ЖЦ) и диффузия инноваций. Факторы и характер диффузии инноваций. Различия в распространении промышленных и потребительских инноваций. Функции маркетинга в зависимости от этапа ЖЦ. <sup>2</sup>	2
4	Продвижение инноваций. <sup>1</sup> Понятие инновационного маркетинга. Новые виды маркетинговых коммуникаций (МК): мобильный маркетинг, вебсайты, интернет-реклама, вирусный маркетинг, партизанский маркетинг. Особенности маркетинга в интеллектуальных и социальных сетях. Особенности управления распространением инноваций. Проблема эффективности новых методов маркетинга. <sup>2</sup> Часть 1	2
5	Клиентоориентированный маркетинг и коммерциализация инноваций. <sup>1</sup> Понятие клиентоориентированного маркетинга: сущность и показатели. Изменение системы управления маркетингом. Показатели экономической эффективности	4

	маркетинга. NMC, MROS, MROI. Коммерциализация инноваций и формула стратегического управления показателями маркетинга. <sup>2</sup>	
	Итого	12

<sup>1</sup> – тема занятия

<sup>2</sup> – сущностное содержание занятия

Обсуждено на заседании кафедры экономики и менеджмента, протокол № 13 от «01» июня 2022 г.

Заведующий кафедрой



С.Ю. Соболева