

**Тематический план самостоятельной работы студента
по дисциплине «МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В
ЗДРАВООХРАНЕНИИ»**

для обучающихся

**по направлению подготовки «Менеджмент», профиль «Стратегический менеджмент
и маркетинг в здравоохранении» (уровень магистратуры)
в 2022-2023 учебном году**

2.5.1. Очно-заочная форма обучения

№	Тема самостоятельной работы	Часы (академ.)
1.	Система маркетинговых коммуникаций: понятие, функции и структура. Классификация средств маркетинговой коммуникации. Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций.	8
2.	Реклама как элемент маркетинговых коммуникаций. Понятие рекламы, цели и задачи. Закон РФ «О рекламе». Коммуникационные средства рекламы. Требования к рекламе. План рекламной кампании	14
3.	Синтетические средства маркетинговых коммуникаций: участие в выставках и ярмарках, спонсорство, событийный маркетинг (event- маркетинг); подарочный маркетинг (gift-маркетинг); геймификация (адвергейминг).	12
4..	Связи с общественностью. Понятие PR, их роль и место в маркетинговых коммуникациях. Цели и задачи, принципы и функции. Составляющие коммуникационных каналов. Информационные модели PR. Формы коммуникаций с общественностью. Планирование и организация PR –мероприятий. Особенности PR - кампаний в здравоохранении.	12
5.	Стимулирование сбыта. Сущность коммуникации стимулирования сбыта. Цели, средства и методы стимулирования сбыта. Основные приемы стимулирования потребителей в здравоохранении.	14
6.	Личные продажи и прямой маркетинг. Личные продажи: содержание, цели и задачи, коммуникативные особенности, организация процесса личной продажи. Сетевой маркетинг. Прямой маркетинг. Каналы прямого маркетинга: direct mail (прямая почтовая рассылка), электронная рассылка, телефонный маркетинг. Особенности и возможности отдельных инструментов прямого маркетинга в сфере здравоохранения.	16

7.	Оценка эффективности коммуникационных стратегий медицинской организации. Методы определения экономической эффективности различных видов маркетинговых коммуникаций (по выбору магистранта).	10
	Итого	86

2.5.2. Заочная форма обучения

№	Тема самостоятельной работы	Часы (академ.)
1.	Система маркетинговых коммуникаций: понятие, функции и структура. Классификация средств маркетинговой коммуникации. Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций.	8
2.	Реклама как элемент маркетинговых коммуникаций. Понятие рекламы, цели и задачи. Закон РФ «О рекламе». Коммуникационные средства рекламы. Требования к рекламе. План рекламной кампании	14
3.	Синтетические средства маркетинговых коммуникаций: участие в выставках и ярмарках, спонсорство, событийный маркетинг (event- маркетинг); подарочный маркетинг (gift-маркетинг); геймификация (адвергейминг).	12
4..	Связи с общественностью. Понятие PR, их роль и место в маркетинговых коммуникациях. Цели и задачи, принципы и функции. Составляющие коммуникационных каналов. Информационные модели PR. Формы коммуникаций с общественностью. Планирование и организация PR –мероприятий. Особенности PR - кампаний в здравоохранении.	12
5.	Стимулирование сбыта. Сущность коммуникации стимулирования сбыта. Цели, средства и методы стимулирования сбыта. Основные приемы стимулирования потребителей в здравоохранении.	14
6.	Личные продажи и прямой маркетинг. Личные продажи: содержание, цели и задачи, коммуникативные особенности, организация процесса личной продажи. Сетевой маркетинг. Прямой маркетинг. Каналы прямого маркетинга: direct mail (прямая почтовая рассылка), электронная рассылка, телефонный маркетинг. Особенности и возможности отдельных инструментов прямого маркетинга в сфере здравоохранения.	16

7.	Оценка эффективности коммуникационных стратегий медицинской организации. Методы определения экономической эффективности различных видов маркетинговых коммуникаций (по выбору магистранта).	6
	Итого	82

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

Заведующий кафедрой



С.Ю. Соболева