

**Тематический план занятий лекционного типа
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**

2.3.1. Очно-заочная форма обучения

№	Темы занятий лекционного типа	Часы (академ.)
1.	Система маркетинговых коммуникаций: понятие, функции и структура. ¹ Понятие системы маркетинговых коммуникаций. Роль и место системы маркетинговых коммуникаций в комплексе маркетинга, ее цели функционирования. Процесс маркетинговой коммуникации, ее участники. Классификация средств маркетинговой коммуникации. Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций. ²	2
2.	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. ¹ Основные коммуникационные характеристики рекламы. Важнейшие типы рекламы и их особенности. Типы рекламных медиа и их коммуникационные характеристики. Роль рекламы в реализации маркетинговых технологий. ²	1
3.	Нерекламные и синтетические средства маркетинговых коммуникаций. ¹ Нерекламные средства: публик рилейшнз, личные продажи и прямой маркетинг, стимулирование сбыта. Синтетические средства: участие в выставках и ярмарках, спонсорство, событийный маркетинг (event- маркетинг); подарочный маркетинг (gift-маркетинг); геймификация (адвергейминг). ²	2
4.	Система бренд-маркетинговых коммуникаций. ¹ Понятия «бренд» и «фирменный стиль», их соотношение. Фирменный стиль и его основные компоненты. Реклама в системе бренд-маркетинговых коммуникаций. Нерекламные средства бренд-маркетинговых коммуникаций. ²	2
5.	SMM-продвижение. Коммуникации в сети Интернет. Виды рекламы в сети Интернет. Маркетинговые коммуникации в социальных сетях: технологии, стратегия построения коммуникации, бюджет проекта. Построение эффективной работы по реализации SMM-проектов. Особенности SMM-продвижения в сфере здравоохранения.	1

6.	Оценка эффективности коммуникационных стратегий медицинской организации. ¹ Средства и способы повышения эффективности маркетинговых коммуникаций. Оценка эффективности комплекса маркетинговых коммуникаций. Методы определения экономической эффективности рекламных мероприятий. ²	2
	Итого	10

¹ – тема лекции

² – сущностное содержание лекции

2.3.2. Заочная форма обучения

№	Темы занятий лекционного типа	Часы (академ.)
1	Система маркетинговых коммуникаций: понятие, функции и структура. ¹ Понятие системы маркетинговых коммуникаций. Роль и место системы маркетинговых коммуникаций в комплексе маркетинга, ее цели функционирования. Процесс маркетинговой коммуникации, ее участники. Классификация средств маркетинговой коммуникации. Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций. ²	2
2	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. ¹ Основные коммуникационные характеристики рекламы. Важнейшие типы рекламы и их особенности. Типы рекламных медиа и их коммуникационные характеристики. Роль рекламы в реализации маркетинговых технологий. ²	1
3	Нерекламные и синтетические средства маркетинговых коммуникаций. ¹ Нерекламные средства: публик рилейшнз, личные продажи и прямой маркетинг, стимулирование сбыта. Синтетические средства: участие в выставках и ярмарках, спонсорство, событийный маркетинг (event- маркетинг); подарочный маркетинг (gift-маркетинг); геймификация (адвергейминг). ²	2
4	Система бренд-маркетинговых коммуникаций. ¹ Понятия «бренд» и «фирменный стиль», их соотношение. Фирменный стиль и его основные компоненты. Реклама в системе бренд-маркетинговых коммуникаций. Нерекламные средства бренд-маркетинговых коммуникаций. ²	2
5	SMM-продвижение. Коммуникации в сети Интернет. Виды рекламы в сети Интернет. Маркетинговые коммуникации в социальных сетях: технологии, стратегия построения коммуникации, бюджет проекта. Построение эффективной работы по реализации SMM-проектов.	1

	Особенности SMM-продвижения в сфере здравоохранения.	
6	Оценка эффективности коммуникационных стратегий медицинской организации. ¹ Средства и способы повышения эффективности маркетинговых коммуникаций. Оценка эффективности комплекса маркетинговых коммуникаций. Методы определения экономической эффективности рекламных мероприятий. ²	2
	Итого	10

¹ – тема лекции

² – сущностное содержание лекции

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

Заведующий кафедрой



С.Ю. Соболева