

**Тематический план занятий семинарского типа
по дисциплине «Современный стратегический анализ в
здравоохранении»
для обучающихся по образовательной программе
направления подготовки 38.04.02. Менеджмент, профиль
«Стратегический менеджмент и маркетинг в здравоохранении» (уровень
магистратуры)
форма обучения заочная
на 2023-2024 учебный год**

№	Тематические блоки	Часы (академ.)
1.	Теоретические и методологические основы стратегического анализа. Понятие бизнес-процессов. ¹ Концепция стратегического анализа. Основные понятия стратегического анализа: стратегия, стратегическая бизнес-единица, потенциал организации и др. Роль и место анализа в процессе разработки и реализации стратегии. Сущность, цели, задачи и структура процесса стратегического анализа. Типология стратегического анализа. Основные мотивы и причины проведения стратегического анализа учреждений здравоохранения. Часть 1. ²	1
	Теоретические и методологические основы стратегического анализа. Понятие бизнес-процессов. ¹ Концепция стратегического анализа. Основные понятия стратегического анализа: стратегия, стратегическая бизнес-единица, потенциал организации и др. Роль и место анализа в процессе разработки и реализации стратегии. Сущность, цели, задачи и структура процесса стратегического анализа. Типология стратегического анализа. Основные мотивы и причины проведения стратегического анализа учреждений здравоохранения. Часть 2. ²	2
	Теоретические и методологические основы стратегического анализа. Понятие бизнес-процессов. ¹ Концепция стратегического анализа. Основные понятия стратегического анализа: стратегия, стратегическая бизнес-единица, потенциал организации и др. Роль и место анализа в процессе разработки и реализации стратегии. Сущность, цели, задачи и структура процесса стратегического анализа. Типология стратегического	2

	анализа. Основные мотивы и причины проведения стратегического анализа учреждений здравоохранения. Часть 3. ²	
2.	<p>Методика и инструменты проведения стратегического анализа в сфере здравоохранения. Управление маркетингом в системе здравоохранения.¹</p> <p>Ситуационный анализ как этап стратегического менеджмента. Анализ внешней среды. Анализ конкурентной среды и конкурентоспособности. Особенности конкуренции в новых отраслях, в отраслях, находящихся в стадии зрелости, в стагнирующих отраслях. Ключевые факторы успеха. Анализ внутренней среды: сильных и слабых сторон, конкурентных преимуществ. Методы ситуационного анализа; матрица SWOT, матрица возможностей, матрица угроз. Сущность, цели и задачи конкурентного анализа. Методы конкурентного анализа: анализ «слепых» зон, анализ отраслевой структуры, оценка индивидуальных характеристик конкурентов, анализ конкурентного преимущества. Анализ потребителей: цели и задачи. Анализ сегментации покупателей. Анализ покупательской ценности. Анализ внешней среды. Методы финансового анализа. Методы анализа развития. Анализ трудового потенциала. Лидерство по издержкам. Методы портфельного анализа. Часть 1.²</p>	1
	<p>Методика и инструменты проведения стратегического анализа в сфере здравоохранения. Управление маркетингом в системе здравоохранения.¹</p> <p>Ситуационный анализ как этап стратегического менеджмента. Анализ внешней среды. Анализ конкурентной среды и конкурентоспособности. Особенности конкуренции в новых отраслях, в отраслях, находящихся в стадии зрелости, в стагнирующих отраслях. Ключевые факторы успеха. Анализ внутренней среды: сильных и слабых сторон, конкурентных преимуществ. Методы ситуационного анализа; матрица SWOT, матрица возможностей, матрица угроз. Сущность, цели и задачи конкурентного анализа. Методы конкурентного анализа: анализ «слепых» зон, анализ отраслевой структуры, оценка индивидуальных характеристик конкурентов, анализ конкурентного преимущества. Анализ потребителей: цели и задачи. Анализ сегментации покупателей. Анализ покупательской ценности. Анализ внешней среды. Методы финансового</p>	2

	анализа. Методы анализа развития. Анализ трудового потенциала. Лидерство по издержкам. Методы портфельного анализа. Часть 2. ²	
	<p>Методика и инструменты проведения стратегического анализа в сфере здравоохранения. Управление маркетингом в системе здравоохранения.¹</p> <p>Ситуационный анализ как этап стратегического менеджмента. Анализ внешней среды. Анализ конкурентной среды и конкурентоспособности. Особенности конкуренции в новых отраслях, в отраслях, находящихся в стадии зрелости, в стагнирующих отраслях. Ключевые факторы успеха. Анализ внутренней среды: сильных и слабых сторон, конкурентных преимуществ. Методы ситуационного анализа; матрица SWOT, матрица возможностей, матрица угроз. Сущность, цели и задачи конкурентного анализа. Методы конкурентного анализа: анализ «слепых» зон, анализ отраслевой структуры, оценка индивидуальных характеристик конкурентов, анализ конкурентного преимущества. Анализ потребителей: цели и задачи. Анализ сегментации покупателей. Анализ покупательской ценности. Анализ внешней среды. Методы финансового анализа. Методы анализа развития. Анализ трудового потенциала. Лидерство по издержкам. Методы портфельного анализа. Часть 3.²</p>	2
3.	<p>Информационное обеспечение стратегического анализа.¹</p> <p>Классификация и обзор методов сбора информации, используемых при проведении стратегического анализа: интервью, анкетирование, наблюдение, изучение документации. Количественные и качественные методы. Выборка. Триангуляция. Оптимизация методологии проведения стратегического анализа. Смешанные методы: формирование инструментария оценки в соответствии с целями, задачами, особенностями программы и существующими ограничениями. Практические примеры использования различных методов сбора данных и рекомендации по их применению. Часть 1.²</p>	1
	<p>Информационное обеспечение стратегического анализа.¹</p> <p>Классификация и обзор методов сбора информации, используемых при проведении стратегического анализа: интервью, анкетирование, наблюдение, изучение документации. Количественные и качественные методы. Выборка. Триангуляция. Оптимизация методологии</p>	2

	<p>проведения стратегического анализа. Смешанные методы: формирование инструментария оценки в соответствии с целями, задачами, особенностями программы и существующими ограничениями. Практические примеры использования различных методов сбора данных и рекомендации по их применению. Часть 2.²</p>	
	<p>Информационное обеспечение стратегического анализа. Классификация и обзор методов сбора информации, используемых при проведении стратегического анализа: интервью, анкетирование, наблюдение, изучение документации. Количественные и качественные методы. Выборка. Триангуляция. Оптимизация методологии проведения стратегического анализа. Смешанные методы: формирование инструментария оценки в соответствии с целями, задачами, особенностями программы и существующими ограничениями. Практические примеры использования различных методов сбора данных и рекомендации по их применению. Часть 3.²</p>	2
4.	<p>Документирование результатов стратегического анализа и «обратная связь».¹ Написание отчета, ориентированного на пользователя. Общая структура отчета: титульный лист, содержание, аннотация, результаты оценки, выводы и рекомендации, заключение, приложения. Как излагать свои мысли в письменной форме. Язык отчета. Использование «плотного» описания: демистификация термина. Логика изложения. Разделение текста на абзацы. Графическое оформление отчета. Типичные ошибки при написании отчетов.</p> <p>Закономерности восприятия результатов оценки. Источники сопротивления. Принципы построения и осуществления «обратной связи», ориентированной на поддержку и развитие. Работа с сопротивлением. Типичные ошибки. Особенности «обратной связи» при проведении внутренней оценки и самооценки. Часть 1.²</p>	1
	<p>Документирование результатов стратегического анализа и «обратная связь».¹ Написание отчета, ориентированного на пользователя. Общая структура отчета: титульный лист, содержание, аннотация, результаты оценки, выводы и рекомендации, заключение, приложения. Как излагать свои мысли в письменной форме. Язык отчета. Использование «плотного» описания: демистификация термина. Логика</p>	2

	<p>изложения. Разделение текста на абзацы. Графическое оформление отчета. Типичные ошибки при написании отчетов.</p> <p>Закономерности восприятия результатов оценки. Источники сопротивления. Принципы построения и осуществления «обратной связи», ориентированной на поддержку и развитие. Работа с сопротивлением. Типичные ошибки. Особенности «обратной связи» при проведении внутренней оценки и самооценки. Часть 2.²</p>	
Итого		18

¹ – тема занятия

² – сущностное содержание занятия

Рассмотрено на заседании кафедры экономики и менеджмента «20» июня 2023 г., протокол № 13.

Заведующий кафедрой



С.Ю. Соболева