

**Тематический план занятий семинарского типа
по дисциплине «МАРКЕТИНГ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ»
для обучающихся по образовательной программе
направления подготовки 38.03.02 Менеджмент,
профиль Управление в здравоохранении (уровень бакалавриата),
форма обучения очная
на 2023- 2024 учебный год**

№	Тематические блоки	Часы (академ.)
1.	<p>Маркетинг в системе здравоохранения.¹ Сущность маркетинга в здравоохранении. Особенности маркетинга в здравоохранении. Маркетинг коммерческих организаций и социальный маркетинг. Основные функции маркетинга в здравоохранении. Особенности применения инструментов маркетинга в здравоохранении РФ.²</p>	2
2.	<p>Маркетинговая среда в здравоохранении.¹ Классификация факторов маркетинговой среды. Макро- и микросреда в маркетинге. Влияние факторов макросреды на рынок товаров и услуг медицинского назначения.²</p>	2
3.	<p>Потребители товаров и услуг медицинского назначения.¹ Особенности покупательского поведения Классификация потребителей товаров и услуг медицинского назначения. Семья как потребитель товаров и услуг медицинского назначения. Факторы, влияющие на поведение покупателей. Процесс принятий решения о покупке. Часть 1.²</p>	2
	<p>Потребители товаров и услуг медицинского назначения.¹ Особенности покупательского поведения Классификация потребителей товаров и услуг медицинского назначения. Семья как потребитель товаров и услуг медицинского назначения. Факторы, влияющие на поведение покупателей. Процесс</p>	2

	принятый решения о покупке. Часть 2. ²	
4.	Организация маркетинга в системе здравоохранения. ¹ Виды организационных структур. ²	2
5.	Управление маркетингом в системе здравоохранения. ¹ Процесс управления маркетингом в организациях здравоохранения. Принципы управления маркетингом. Концепции, используемые в управлении маркетингом организаций здравоохранения. ²	2
6.	Маркетинговые исследования в системе здравоохранения. ¹ Система маркетинговой информации. Классификация маркетинговых исследований, методические основы их проведения. Анализ конъюнктуры. Прогнозирование спроса. Расчет емкости рынка. Конкурентоспособность медицинских товаров и услуг. Конкурентоспособность организации в сфере здравоохранения. Часть 1. ²	2
	Маркетинговые исследования в системе здравоохранения. ¹ Система маркетинговой информации. Классификация маркетинговых исследований, методические основы их проведения. Анализ конъюнктуры. Прогнозирование спроса. Расчет емкости рынка. Конкурентоспособность медицинских товаров и услуг. Конкурентоспособность организации в сфере здравоохранения. Часть 2. ²	2
7.	Сегментирование в маркетинге системы здравоохранения. ¹ Ниша рынка. Принципы и признаки сегментации товаров и услуг медицинского назначения. Критерии выбора целевого рынка. Варианты охвата рынка. Часть 1. ²	2
	Сегментирование в маркетинге системы здравоохранения. ¹ Ниша рынка. Принципы и признаки сегментации товаров и услуг медицинского назначения. Критерии выбора целевого рынка. Варианты охвата рынка. Часть 2. ²	2

8.	<p>Особенности планирования маркетинга в системе здравоохранения.¹</p> <p>Планирование маркетинга в организациях здравоохранения. Стратегия и тактика маркетинга. Оперативное планирование маркетинга. Основные стратегии маркетинга в организациях системы здравоохранения. Комплекс маркетинг-микс по продукту. Часть 1.²</p>	2
	<p>Особенности планирования маркетинга в системе здравоохранения.¹</p> <p>Планирование маркетинга в организациях здравоохранения. Стратегия и тактика маркетинга. Оперативное планирование маркетинга. Основные стратегии маркетинга в организациях системы здравоохранения. Комплекс маркетинг-микс по продукту. Часть 2.²</p>	2
9.	<p>Особенности формирования товарной политики в маркетинге здравоохранения.¹</p> <p>Классификация медицинских препаратов. Классификация медицинских услуг. Сертификация медицинских препаратов. Способы защиты товаров и услуг от фальсификации. Основы патентования. Часть 1.²</p>	2
	<p>Особенности формирования товарной политики в маркетинге здравоохранения.¹</p> <p>Классификация медицинских препаратов. Классификация медицинских услуг. Сертификация медицинских препаратов. Способы защиты товаров и услуг от фальсификации. Основы патентования. Часть 2.²</p>	2
10.	<p>Особенности политики цен в маркетинге здравоохранения.¹</p> <p>Факторы, влияющие на цену товаров и услуг медицинского назначения. Часть 1.²</p>	2
	<p>Особенности политики цен в маркетинге здравоохранения.¹</p> <p>Факторы, влияющие на цену товаров и услуг медицинского назначения. Часть 2.²</p>	2
11.	<p>Особенности политики распределения в системе здравоохранения.¹</p> <p>Понятие о прямом и косвенном сбыте. Способы организации прямых продаж. Каналы сбыта. Оптовая</p>	2

	и ровничная продажа медицинских препаратов и медицинской техники. Часть 1. ²	
	Особенности политики распределения в системе здравоохранения. ¹ Понятие о прямом и косвенном сбыте. Способы организации прямых продаж. Каналы сбыта. Оптовая и ровничная продажа медицинских препаратов и медицинской техники. Часть 2. ²	2
12.	Маркетинговые коммуникации. ¹ Средства продвижения в маркетинге здравоохранения: реклама, пропаганда, стимулирование сбыта, личная продажа. Планирование комплекса продвижения. Расчет затрат на продвижение. Оценка эффективности продвижения. Часть 1. ²	2
	Маркетинговые коммуникации. ¹ Средства продвижения в маркетинге здравоохранения: реклама, пропаганда, стимулирование сбыта, личная продажа. Планирование комплекса продвижения. Расчет затрат на продвижение. Оценка эффективности продвижения. Часть 2. ²	2
	Итого	40

¹ – тема

² – сущностное содержание

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

Заведующий кафедрой



С.Ю. Соболева