

ПРИЛОЖЕНИЕ 4  
к ОПОП

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной  
деятельности

ФГБОУ ВО ВолГМУ

Минздрава России



Д.В. Михальченко

«28» августа

2024 г.

**АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ)  
ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –**

программы магистратуры  
по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент,  
направленность (профиль)  
Стратегический менеджмент и маркетинг в здравоохранении,  
форма обучения заочная

для обучающихся 2022, 2023, 2024  
годов поступления

(актуализированная редакция)

Волгоград, 2024

## Оглавление

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА» .....	4
АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ».....	6
АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «БРЕНДИНГ МЕДИЦИНСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ» .....	8
АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ».....	9
АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК» .....	11
АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ».....	12
АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «МАРКЕТИНГ МЕДИЦИНСКИХ И ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ УСЛУГ» .....	13
АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА МЕДИЦИНСКИХ И ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ УСЛУГ» .....	15
АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ».....	16
АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «МЕДИЦИНСКАЯ РЕАБИЛИТАЦИЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕНИЯМИ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ЗДОРОВЬЯ» .....	17
АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ» .....	19
АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В МЕНЕДЖМЕНТЕ» .....	20
АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ПЕРСОНАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ» .....	22
АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ» ..	23
АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «СОВРЕМЕННЫЙ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ» .....	24
АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ» .....	26
АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ».....	28
АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ТЕОРИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ».....	29
АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕС- ПРОЦЕССАМИ В МЕДИЦИНСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ» .....	30
АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ».....	31

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА».....	32
АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ» .....	33

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»**

Реализуется в учебном плане 2022, 2023, 2024 годах поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, обязательная часть.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 1 семестр.

Промежуточная аттестация: зачет с оценкой – 1 семестр.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Специфика актуальных проблем современного менеджмента

Модульная единица 1. Пути построения системы стратегического управления современной организацией: теория ограничений ИлияхуГолдрата.

Система стратегического управления в экономике; форсайт; проблемы реализации стратегий в России и за рубежом; методология сбалансированной системы показателей Р. Каплана и Д. Нортон; стратегическое партнерство. Введение в теорию ограничений. Критерии проверки логических построений. Дерево реальности. Диаграмма разрешения конфликтов. План преобразований. Групповая динамика и метод рассуждений Голдратта.

Модульная единица 2. Актуальные вопросы корпоративного управления: применение теории Ицхака Адизеса.

Модели корпоративного управления: американская, германская, японская, семейная; корпоративное управление в России; корпоративное управление – инструмент создания акционерной стоимости; рыночная модель корпоративного управления; модель контроля.

Модульная единица 3. Проблемы управления персоналом организации: лидерство по Адизесу.

Функции HR-служб в организации; анализ рынка труда и управление занятостью; отбор и адаптация персонала; планирование карьеры сотрудников; обеспечение условий труда; организация производственных процессов; система мотивации; социальная политика предприятия; профилактика конфликтов; проблемы руководителя.

Модульная единица 4. Современные технологии управления: бразильский менеджмент, РикардоСемлер.

Матричная департаментализация; концепция предметной унификации; концепция унификации бизнес-процессов; инжиниринг и реинжиниринг бизнеса; этапы реинжиниринга; концепция обучения и самообучения управляющих систем предприятий; концепция мотивации в рабочих группах матричной организации; контроллинг.

Модуль 2. Актуальные проблемы современного маркетинга

Модульная единица 5. Трансформация маркетинга в условиях цифровизации экономики  
Цифровой маркетинг: современные тенденции и перспективы использования в адаптивных системах управления сбытом. Маркетинговый аспект в реализации инновационных процессов на предприятии. Современные методы анализа маркетинговых исследований. Практика эффективного инвестирования в PR-проекты: качественный анализ стратегических направлений. Территориальный маркетинг. Реклама и PR как ключевые инструменты маркетинга.

Модульная единица 6. Тренды интернет-маркетинга

Тренды глобального рынка интернет-маркетинга. Клиентоориентированный контент как один из трендов в интернет-маркетинге. Специфика социальных медиа в современном маркетинге.

Модульная единица 7. Инновационные технологии современного маркетинга

Организационный механизм управления маркетингом проекта выведения на рынок онлайн-услуги. Виды маркетинга проекта выведения на рынок онлайн-услуги.

Искусственный интеллект в маркетинге инструменты маркетингового анализа рынка. Маркетинговый анализ ассортимента как инструмент совершенствования товарной стратегии как современная технология инновационного маркетинга.

Модульная единица 8. Тренды интернет-маркетинга и рекламы в условиях цифровизации экономики

Совершенствование учета реальных пользователей сети интернет для оценки охвата рекламной кампании. Big Data как инновационный инструмент для работы с контекстной рекламой. Сквозная аналитика как способ решения проблем интернет-рекламы. Веб-сайт как основной инструмент успешной коммерческой деятельности на рынке. Проблема этики рекламы и пути ее решения. Тренды в digital-маркетинге.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ»**

Реализуется в учебном плане 2022, 2023, 2024 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 3 семестр.

Промежуточная аттестация: экзамен – 3 семестр.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Социально - психологические основы бизнес-коммуникаций

Модульная единица 1. Цели и содержание бизнес-коммуникаций Внутренняя и внешняя деловая среда компании. Субъекты бизнес-коммуникаций. Виды и функции бизнес-коммуникаций, структура и средства. Виды общения. Цели и содержание бизнес-коммуникаций.

Модульная единица 2. Стили общения Понятие «стиль общения». Ритуальный, деловой: авторитарный, демократический, либеральный, манипулятивный, гуманистический – межличностный. Стили руководства.

Модульная единица 3. Этапы и структура бизнес-коммуникаций Общение как взаимодействие. Коммуникационный процесс. Структура бизнес-коммуникаций. Этапы бизнес-коммуникаций: установление контакта, ориентация в ситуации, обсуждение вопроса, принятие решения, выход из контакта.

Модульная единица 4. Функции параметры и способы бизнес-коммуникаций Функции бизнес-коммуникаций. Параметры и способы. Общение с подчиненными, стили руководства. Стратегия общения в трудовом коллективе. Моральный климат в трудовом коллективе.

Модуль 2. Формы бизнес-коммуникаций

Модульная единица 5. Вербальная и невербальная коммуникация Речь и язык бизнес-коммуникаций. Манеры и жесты в бизнес-коммуникациях.

Модульная единица 6. Методика устного выступления Специфика и виды устных выступлений. Этапы подготовки к устному выступлению. Структура выступления. Смысловые, образно-выразительные и коммуникативные качества речи. Приемы привлечения и удержания внимания аудитории. Реакция на вопросы слушателей. Умение вести дискуссию, спор.

Модульная единица 7. Беседа как форма бизнес-коммуникаций. Организация и проведение совещаний Методика проведения деловой беседы. Психологические аспекты деловой беседы. Цели и задачи беседы. Этапы завершения беседы. Современные формы проведения совещаний в структурном подразделении. Проведение собрания трудового коллектива.

Модульная единица 8. Специфика проведения презентации, прессконференции, интервью Методика проведения презентаций и пресс-конференций. Цели и задачи. Этапы проведения. Подведение итогов. Правила поведения во время интервью. Правила проведения переговоров.

Модуль 3. Деловая этика

Модульная единица 9. Имидж делового человека Формирование образа. Деловые и личные качества специалиста. Деловой стиль одежды. Внешний вид делового человека.

Модульная единица 10. Телефонная коммуникация Особенности телефонных деловых бесед. Подготовка беседы. Этапы проведения беседы по телефону. Хронометраж времени.

Подведение итогов.

Модульная единица 11. Культура оформления документов в деловом общении Деловая переписка. Официальная корреспонденция. Официальные письма. Классификация идеологии деловых писем. Резолюция визы.

Модульная единица 12. Конфликты в деловом общении Понятие конфликта. Причины конфликта. Классификация конфликта. Особенности конфликтного поведения. Стадии протекания конфликта. Способы разрешения конфликта. Организация переговорного процесса.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «БРЕНДИНГ МЕДИЦИНСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ»

Реализуется в учебном плане 2022, 2023, 2024 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 3 семестр.

Промежуточная аттестация: экзамен – 3 семестр.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Введение в брендинг медицинской организации

Модульная единица 1. Типология и основные принципы брендинга.

Место бренда в фирменном стиле. Классификация бренда. Принципы работы с брендом.

Бренд и его роль в корпоративной стратегии. Ключевые решения в области брендинга.

Модульная единица 2. Стратегический анализ бренда.

Назначение анализа. Источники информации. Анализ потребителей: «погружение», метод градуирования, использование фокус-групп. Сегментация рынка (процесс 5W).

Технология brand mapping. Анализ брендов конкурентов: позиции конкурентов, анализ сильных и слабых сторон, семиотический анализ. Анализ бренда компании: структура бренда, анализ сильных и слабых сторон, связи с другими брендами.

Модульная единица 3. Анализ портфеля брендов.

Цели создания и общие принципы управления портфелем брендов. Иерархия брендов.

Архитектура бренда. Взаимоотношения брендов: дом брендов, бренд-дом. Аудит портфеля брендов. Портфельный анализ: McKinsey/GE, матрица качественного анализа McKinsey. Оценка прибыльности портфеля брендов.

Модуль 2. Управление брендом медицинской организации

Модульная единица 4. Процесс управления брендом.

Управление брендами с помощью концепции жизненного цикла товара. Жизненный цикл бренда. Рычаги усиления бренда. Расширение бренда. Создание ассортиментных брендов.

Растягивание бренда. Совместный брендинг. Ингредиентный брендинг.

Перепозиционирование брендов. Ликвидация бренда. Ребрендинг.

Модульная единица 5. Бренд-коммуникации.

Роль интегрированных маркетинговых коммуникаций в создании сильных брендов.

«Колесо бренд-менеджмента»: воздействие на 360°. Роль рекламы в создании и продвижении брендов. Создание брендов без использования рекламы: спонсорство как инструмент создания бренда, создание брендов в Интернет.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ»**

Реализуется в учебном плане 2022, 2023, 2024 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 3 семестр.

Промежуточная аттестация: экзамен – 3 семестр.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Социально - психологические основы делового общения

Модульная единица 1. Цели и содержание делового общения Внутренняя и внешняя деловая среда компании. Субъекты деловой коммуникации. Виды и функции делового общения, структура и средства. Виды общения. Цели и содержание делового общения.

Модульная единица 2. Стили общения Понятие «стиль общения». Ритуальный, деловой: авторитарный, демократический, либеральный, манипулятивный, гуманистический – межличностный. Стили руководства.

Модульная единица 3. Этапы и структура делового общения Общение как взаимодействие. Коммуникационный процесс. Структура делового общения. Этапы делового общения: установление контакта, ориентация в ситуации, обсуждение вопроса, принятие решения, выход из контакта.

Модульная единица 4. Функции параметры и способы делового общения Функции делового общения. Параметры и способы. Общение с подчиненными, стили руководства. Стратегия общения в трудовом коллективе. Моральный климат в трудовом коллективе.

Модуль 2. Формы делового общения

Модульная единица 5. Вербальная и невербальная коммуникация Речь и язык делового общения. Манеры и жесты в деловом общении.

Модульная единица 6. Методика устного выступления Специфика и виды устных выступлений. Этапы подготовки к устному выступлению. Структура выступления. Смысловые, образно-выразительные и коммуникативные качества речи. Приемы привлечения и удержания внимания аудитории. Реакция на вопросы слушателей. Умение вести дискуссию, спор.

Модульная единица 7. Беседа как форма делового общения. Организация и проведение совещаний Методика проведения деловой беседы. Психологические аспекты деловой беседы. Цели и задачи беседы. Этапы завершения беседы. Современные формы проведения совещаний в структурном подразделении. Проведение собрания трудового коллектива.

Модульная единица 8. Специфика проведения презентации, прессконференции, интервью Методика проведения презентаций и пресс-конференций. Цели и задачи. Этапы проведения. Подведение итогов. Правила поведения во время интервью. Правила проведения переговоров.

Модуль 3. Деловая этика

Модульная единица 9. Имидж делового человека Формирование образа. Деловые и личные качества специалиста. Деловой стиль одежды. Внешний вид делового человека.

Модульная единица 10. Телефонная коммуникация Особенности телефонных деловых бесед. Подготовка беседы. Этапы проведения беседы по телефону. Хронометраж времени. Подведение итогов.

Модульная единица 11. Культура оформления документов в деловом общении Деловая

переписка. Официальная корреспонденция. Официальные письма. Классификация идеологии деловых писем. Резолюция визы.

Модульная единица 12. Конфликты в деловом общении Понятие конфликта. Причины конфликта. Классификация конфликта. Особенности конфликтного поведения. Стадии протекания конфликта. Способы разрешения конфликта. Организация переговорного процесса.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК»**

Реализуется в учебном плане 2022, 2023, 2024 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, обязательная часть.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 1 семестр

Промежуточная аттестация: зачет – 1 семестр

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Письменное профессионально-ориентированное общение.

Цель изучения содержания модуля - развитие навыков иноязычной письменной деловой коммуникации.

В процессе изучения данного модуля решаются задачи:

- тренировать навыки различных видов чтения - просмотрового, ознакомительного, поискового, изучающего; - развивать навыки официально-делового стиля и научно-делового подстиля, включая терминологический аппарат и речевые клише, относящиеся к сфере письменного профессионально – ориентированного общения.

Модульная единица 1. Management and its Functions.

Включает определенную понятийную сферу введение в менеджмент. Раздел содержит несколько секций (sections), предназначенных для формирования умений и навыков смысловой интерпретации прочитанного, профессионально ориентированной речи на материале изученной тематике.

Модуль 2. Устное профессионально-ориентированное общение.

Модульная единица 2. Human Resource Management.

Включает определенную понятийную сферу управление персоналом. Раздел содержит несколько секций (sections), предназначенных для формирования умений и навыков смысловой интерпретации прочитанного, профессионально ориентированной речи на материале изученной тематике. Представленная система упражнений соответствует этапам формирования речевых умений и навыков как в области подготовленной речи, так и в области неподготовленных высказываний, в форме диалогов, полилогов, дискуссий и т.д. Учебно–речевые упражнения, предназначенные для формирования умений и навыков, связанных с порождением неподготовленных высказываний, основаны на усвоение лексического и грамматического материала в процессе его репродукции и комбинированной обработке в тренировочных упражнениях условно-речевого характера.

Модульная единица 3. Financial Control.

Включает определенную понятийную сферу финансы и бухгалтерский учет. Раздел содержит несколько секций (sections), предназначенных для формирования умений и навыков смысловой интерпретации прочитанного, профессионально ориентированной речи на материале изученной тематике. Представленная система упражнений соответствует этапам формирования речевых умений и навыков как в области подготовленной речи, так и в области неподготовленных высказываний, в форме диалогов, полилогов, дискуссий и т.д. Учебно–речевые упражнения, предназначенные для формирования умений и навыков, связанных с порождением неподготовленных высказываний, основаны на усвоение лексического и грамматического материала в процессе его репродукции и комбинированной обработке в тренировочных упражнениях условно-речевого характера.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ»**

Реализуется в учебном плане 2022, 2023, 2024 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 2 семестр

Промежуточная аттестация: зачет с оценкой – 2 семестр.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Введение в маркетинг инноваций в здравоохранении

Модульная единица 1. Маркетинг как рыночная концепция управления инновациями в сфере здравоохранения.

Понятие маркетинга инноваций в современном здравоохранении, его роль и место.

Классификация инноваций. Цепочка создания стоимости

Модульная единица 2. Восприятие инноваций в здравоохранении.

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.

Модуль 2. Основы маркетинга инноваций в здравоохранении

Модульная единица 3. Распространение инноваций на рынке.

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.

Модульная единица 4. Продвижение инноваций.

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.

Модульная единица 5. Клиентоориентированный маркетинг и коммерциализация инноваций.

Понятие клиентоориентированного маркетинга: сущность и показатели. Изменение системы управления маркетингом. Показатели экономической эффективности маркетинга. NMC, MROS, MROI. Коммерциализация инноваций и формула стратегического управления показателями маркетинга.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «МАРКЕТИНГ МЕДИЦИНСКИХ И ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ УСЛУГ»

Реализуется в учебном плане 2022, 2023, 2024 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент,

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 4 семестр.

Промежуточная аттестация: экзамен – 4 семестр.

Содержание дисциплины:

Модульная единица 1. Особенности маркетинга в здравоохранении.

Эволюция маркетинга в здравоохранении. Цифровой маркетинг в здравоохранении. Субъекты маркетинга медицинских и фармацевтических услуг, цели, задачи. Развитие научной мысли в области маркетинга. Эволюция маркетинга. Маркетинг в здравоохранении, маркетинга медицинских и фармацевтических услуг: сущность, предмет, объект, субъект, цели, задачи, функции. Цифровой маркетинг медицинских и фармацевтических услуг

Модульная единица 2. Маркетинговая среда медицинской фармацевтической организации.

Классификация факторов маркетинговой среды. Макро- и микросреда в маркетинге. Влияние факторов макросреды на рынок медицинских и фармацевтических услуг. PEST, SWOT-анализ, анализ 5 сил конкуренции по М.Портеру.

Модульная единица 3. Сегментирование в маркетинга медицинских и фармацевтических услуг.

Современные теории о поведении потребителей. Особенности поведения потребителей в медицинских и фармацевтических услугах. Система отношений «врач-пациент». CLV (customer lifetime value-пожизненная ценность клиента/пациента), LTV (lifetime value-ценность клиента/пациента). Метод сегментирования пациентов: JTBD. Персонал как внутренний клиент медицинской организации, сегментирование персонала. Применение интеллектуальных методов обработки данных для исследования потребителей медицинских и фармацевтических услуг.

Модульная единица 4. Маркетинговая информационная система (МИС). Маркетинговые исследования. Интеллектуальные методы обработки данных в маркетинговой деятельности медицинской и фармацевтической организации.

Понятие МИС в медицинской организации. Интеграция маркетинговой информационной системы с медицинской информационной системой, CRM системой медицинской организации. Применение технологий машинного обучения, искусственного интеллекта для обработки данных, BigData и принятия маркетинговых и управленческих решений.

Модульная единица 5. Оценка эффективности маркетинга в медицинской и фармацевтической организации.

Современные подходы в управлении маркетингом в медицинской и фармацевтической организации. Особенности управления, организационная структура маркетинговой службы. STEP-анализ. Применение технологий цифрового маркетинга в управлении маркетингом медицинских и фармацевтических услуг.

Модульная единица 6. Планирование маркетинга медицинской фармацевтической организации: стратегический и тактический маркетинг.

Стратегическое планирование: цели, задачи, миссия, уникальность, маркетинговая стратегия. Маркетинговый аудит. Разработка маркетингового плана (офлайн и онлайн стратегии). Риски в здравоохранении.

Модульная единица 7. Особенности продвижения в маркетинге медицинских и фармацевтических услуг.

Политика продвижения медицинских услуг на потребительском рынке. Информационные маркетинговые коммуникации: типы, особенности применения в медицинских услугах. Оценка эффективности.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА МЕДИЦИНСКИХ И ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ УСЛУГ»**

Реализуется в учебном плане 2022, 2023, 2024 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 4 семестр

Промежуточная аттестация: экзамен – 4 семестр.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Введение в маркетинговые исследования.

Модульная единица 1. Предварительные вопросы организации маркетинговых исследований рынка. Цели, задачи и направления маркетинговых исследований. Основные виды, источники и методы сбора маркетинговой информации. Современные информационные технологии и маркетинговые исследования.

Модульная единица 2. Процесс маркетингового исследования. Разработка программы исследования и его ключевые этапы. Техническое задание. Определение объема и процедуры выборки. Организация сбора данных в ходе исследования. Анализ результатов. Подготовка отчета и представление результатов исследования.

Модуль 2. Количественные и качественные методы в маркетинговых исследованиях

Модульная единица 3. Количественные методы. Массовые опросы. Анкетирование. Методы отбора респондентов. Выборка. Анкета: понятие, структура, типовые вопросы. Обработка и анализ результатов. Эксперимент. Трекинг, Омнибус. Панель. Мониторинг.

Модульная единица 4. Качественные методы. Наблюдение. Интервью. Работа с экспертами. Метод фокус-групп, его особенности, проведение, обработка результатов.. Тестирование. Холл-тест: возможности и организация. Тестирование рекламы.

Модуль 3. Анализ рынка с помощью маркетинговых исследований.

Модульная единица 5. Маркетинговый анализ рынков. Понятие и предмет маркетингового анализа рынка, его цели, задачи и методология. Конъюнктурный и стратегический анализ рынка.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ»**

Реализуется в учебном плане 2022, 2023, 2024 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 2 семестр.

Промежуточная аттестация: зачет – 2 семестр.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Введение в дисциплину «Маркетинговые коммуникации в здравоохранении»

Модульная единица 1. Система маркетинговых коммуникаций: понятие, функции и структура. 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.

Модуль 2. Виды и средства маркетинговых коммуникаций

Модульная единица 2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Основные коммуникационные характеристики рекламы. Важнейшие типы рекламы и их особенности. Типы рекламных медиа и их коммуникационные характеристики. Роль рекламы в реализации маркетинговых технологий.

Модульная единица 3. Нерекламные и синтетические средства маркетинговых коммуникаций. Нерекламные средства: паблик 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).

Модульная единица 4. Система бренд маркетинговых коммуникаций. Понятия «бренд» и «фирменный стиль», их соотношение. Фирменный стиль и его основные компоненты. Реклама в системе бренд-маркетинговых коммуникаций. Нерекламные средства бренд-маркетинговых коммуникаций.

Модульная единица 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.

Модуль 3. Проблемы эффективности коммуникационных стратегий медицинской организации.

Модульная единица 6. Оценка эффективности коммуникационных стратегий медицинской организации. Средства и способы повышения эффективности маркетинговых коммуникаций. Оценка эффективности комплекса маркетинговых коммуникаций. Методы определения экономической эффективности рекламных мероприятий.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «МЕДИЦИНСКАЯ РЕАБИЛИТАЦИЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕНИЯМИ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ЗДОРОВЬЯ»**

Реализуется в учебном плане 2022, 2023, 2024 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 1 семестр

Промежуточная аттестация: зачет – 1 семестр.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Организационно-методические основы медицинской реабилитации.

Модульная единица 1. Основные определения последствий заболевания: болезнь, травма, дефект, функциональные нарушения, ограничение жизнедеятельности, социальная недостаточность, инвалидность. Абилизация. Коррекционная педагогика. Реабилитация, виды реабилитации, аспекты: медицинский, физический, психологический, социально-экономический, профессиональный. Факторы, способствующие росту интереса к реабилитации. Основные принципы. Периоды и задачи медицинской реабилитации. Этапы восстановительного периода медицинской реабилитации: стационарный, поликлинический, санаторно-курортный.

Модульная единица 2. Мультидисциплинарная бригада: определение, состав, особенности работы персонала. Индивидуальная программа медицинской реабилитации. Социальная направленность реабилитационных мероприятий. Медикосоциальные предпосылки: реабилитационная необходимость, реабилитационная способность, реабилитационный потенциал, реабилитационный прогноз.

Модульная единица 3. Международная классификация функционирования, ограничений жизнедеятельности и здоровья: эволюция, основные термины, особенности применения и шифрования, этические рекомендации.

Модульная единица 4. Функциональная диагностика в медицинской реабилитации и её значение. Функциональные тесты, пробы и шкалы. Оценка боли в реабилитации.

Модуль 2. Средства медицинской реабилитации.

Модульная единица 5. Основные средства медицинской реабилитации: лечебная физкультура, физиотерапия, технические средства реабилитации, психолого-педагогические средства реабилитации. Лечебная физическая культура. Основные средства и формы лечебной физической культуры. Задачи ЛФК. Средства ЛФК: естественные факторы природы, физические упражнения, массаж, гигиенический режим, двигательный режим, механотерапия, эрготерапия. Показания и противопоказания. Режимы двигательной нагрузки. Комплексы лечебной гимнастики с учетом двигательного режима и состояния здоровья пациента. Физическая активность пациента на различных двигательных режимах. Основные принципы подбора и дозировки упражнений. Схема построения занятий лечебной гимнастикой.

Модульная единица 6. Физиотерапия. Методы лечебного применения физиотерапевтических факторов: электролечение, ультразвуковая терапия, ингаляционная терапия, светолечение, тепловодолечение. Показания и противопоказания. Особенности подготовки пациента к процедурам, ориентировочная основа действий при отпуске процедур.

Модуль 3. Аспекты медико-социальной реабилитации при различных заболеваниях.

Модульная единица 7. Аспекты медико-социальной реабилитации при заболеваниях

опорно-двигательного аппарата: деформирующий остеоартроз, шейный и поясничный остеохондроз, грыжи межпозвонковых дисков, переломы позвонков.

Модульная единица 8. Аспекты медико-социальной реабилитации при воспалительных ревматических заболеваниях: хронический полиартрит, анкилозирующий спондилоартрит, псориатический артрит и реактивные артриты.

Модульная единица 9. Аспекты медико-социальной реабилитации при заболеваниях обмена веществ: сахарный диабет, нарушения жирового обмена, гиперурикемия (подагра), остеопороз.

Модульная единица 10. Аспекты медико-социальной реабилитации при кардиологических заболеваниях: ишемическая болезнь сердца и нарушения ритма сердца, артериальная гипертензия, кардиомиопатия, трансплантация сердца и вживление искусственных клапанов сердца.

Модульная единица 11. Аспекты медико-социальной реабилитации при ангиологических заболеваниях с нарушением периферического артериального кровоснабжения.

Модульная единица 12. Аспекты медико-социальной реабилитации при неврологических заболеваниях: при последствиях инсульта, черепно-мозговых травм и других органических поражениях головного мозга, при хронических заболеваниях нервной системы.

Модульная единица 13. Аспекты медико-социальной реабилитации при пульмонологических заболеваниях: хронический обструктивный бронхит, эмфизема лёгких, бронхиальная астма, муковисцидоз.

Модульная единица 14. Аспекты медико-социальной реабилитации при гастроэнтерологических заболеваниях: функциональные желудочно-кишечные заболевания, рефлюкс-эзофагит, хронические воспалительные кишечные заболевания, заболевания печени.

Модульная единица 15. Аспекты медико-социальной реабилитации при дерматологических заболеваниях: особенности и реабилитация согласно стадиям заболеваний.

Модульная единица 16. Аспекты медико-социальной реабилитации при нефрологических заболеваниях: особенности и реабилитация согласно стадиям заболевания.

Модульная единица 17. Аспекты вторичной физиопрофилактики заболеваний в педиатрии. Основные физиотерапевтические мероприятия по укреплению организма, закаливанию, профилактике и предупреждению развития ряда заболеваний и осложнений.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ»

Реализуется в учебном плане 2022, 2023, 2024 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, обязательная часть.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 1 семестр.

Промежуточная аттестация: зачет – 1 семестр.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Межкультурная коммуникация как научная дисциплина.

Модульная единица 1. Понятие коммуникации. Коммуникативное поведение. Определение МКК. Объект и предмет МКК. История становления МКК как научной дисциплины.

Модульная единица 2. Коммуникация и ее виды. Модели коммуникации. Проблема эффективности коммуникации. Теория коммуникативного приспособления. Понятие коммуникативного поведения. Коммуникативное поведение и культура. Принципы и модели описания КП по И. А. Стернину.

Модуль 2. Понятие и виды культур.

Модульная единица 3. Определение культуры и ее свойств. Культура и коммуникация. Язык как базовый код коммуникации. Понятие стереотипов. Механизмы формирования стереотипов.

Модульная единица 4. Концепция культурной грамматики Э. Холла. Теория культурных измерений Г. Хофстеде. Классификация культур Р. Льюиса. Классификация культур Триандиса.

Модуль 3. Проблемы аккультурации. Межкультурный конфликт.

Модульная единица 5. Проксемика. Такесика. Кинесика

Модульная единица 6. Стратегии аккультурации: ассимиляция, маргинализация, сепарация, интеграция. Результаты аккультурации. Общая теория конфликта. Виды межкультурных конфликтов. Стратегии разрешения конфликтов. Модель стилей межкультурных конфликтов

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В МЕНЕДЖМЕНТЕ»**

Реализуется в учебном плане 2022, 2023, 2024 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, обязательная часть.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 1 семестр.

Промежуточная аттестация: экзамен – 1 семестр.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Введение в методы исследований в менеджменте.

Модульная единица 1. Роль исследования в развитии управления.

Исследование как вид деятельности, состоящий в распознавании проблем и ситуаций, определении их происхождения, выявлении их свойств и содержания, нахождении универсальных путей и средств решения. Цели, задачи, объект и предмет исследования управления. Роль исследования проблемных ситуаций в менеджменте для принятия эффективных управленческих решений. Исследование как один из начальных этапов процесса управления. Типы исследования в менеджменте. Фундаментальные и прикладные, количественные и качественные, уникальные и комплексные исследования. Зависимость вида применяемого исследования от организационных факторов: уровня принятия решения, желаемого результата и т. д. Проблемные ситуации в управленческой деятельности. Уровни постановки проблемы в исследовании: интуитивное осознание, локализация, композиция, оценка, обоснование, экспликация. Критерии выбора проблем исследования. Методология исследования. Основные методологические подходы в западном менеджменте.

Модульная единица 2. Общенаучные и формально-логические методы исследований в менеджменте.

Методы системного подхода (системный анализ, моделирование), логико-теоретические методы (абстрагирования, сравнения, индукции, дедукции), эмпирико-теоретические (эксперимент, измерение, наблюдение, описание). Определение основных целей исследования. Описание и предварительный анализ проблемной ситуации. Формулировка научной проблемы. Выработка гипотез. Понятие центральной и рабочих гипотез. Сбор и классификация информации. Этап разработки концепции (научной теории). Проверка достоверности исследовательских результатов (верификация теории). Преодоление рассогласования между желаемым и реальным состоянием исследуемого объекта. Влияние формулировки критерия на решение проблемы.

Модуль 2. Специфика методов исследований в менеджменте

Модульная единица 3. Методы исследований операций в менеджменте.

Задачи, методологические принципы и рабочие приёмы исследования операций как специальной научной и практической дисциплины. Математические методы оптимизации: линейное, нелинейное, динамическое программирование, теория игр, теория массового обслуживания и др., применённые к задачам разных областей практики. Важнейшие области применения методов исследования операций. Типы управленческих задач, решаемых с помощью методов исследования операций. Понятие и принципы оптимизации управленческих решений. Параметры и критерии оптимальности. Общая характеристика метода сетевого планирования и управления.

Модульная единица 4. Конкретные (специфические) методы исследований в менеджменте.

Конкретные методы исследования как методы, отражающие специфику, предмет и задачи объекта исследования. Методы изучения документов. Методы социологических

исследований. Тестирование, социометрия, деловая игра, методы имитационного моделирования. Метод экспертных оценок. Проблема отбора экспертов в состав экспертной группы. Методы отбора экспертов. SWOT-анализ: сущность, сферы применения, недостатки. Модификации SWOT-анализа: SNW-анализ, SMART-анализ. Метод анализа иерархий в менеджменте. Метод морфологического анализа. Метод мозгового штурма (мозговой атаки).

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ПЕРСОНАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

Реализуется в учебном плане 2022, 2023, 2024 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, обязательная часть.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 1 семестр.

Промежуточная аттестация: зачёт – 1 семестр.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Введение в персональный менеджмент.

Модульная единица 1. Теоретико–методологические основы персонального менеджмента.

Понятие и содержание персонального менеджмента. Цель персонального менеджмента. Эволюция развития теорий персонального менеджмента. Основные принципы и правила персонального менеджмента.

Модульная единица 2. Персональный менеджмент здоровья

Персональный менеджмент здоровья – практические разработки в области психологии здоровья, развития ресурсных возможностей Человека, его адаптации к неблагоприятным факторам внешней среды, профилактики психоэмоционального выгорания, развития психосоматических заболеваний и преждевременного старения организма

Модуль 2. Специфика персонального менеджмента

Модульная единица 3. Общая организация труда

Процесс самоменеджмента как последовательность выполнения конкретных функций. Параметры индивидуального стиля работы. Основные способы организации жизни. Постановка цели как исходная фаза самоменеджмента. Целеполагание как процесс сознательного осуществления своих действий в соответствии с генеральной линией или ориентиром: принципы, технология, основные правила, анализ «цель-средство». Определение жизненных приоритетов и постановка задач. Оптимальная система планирования в самоменеджменте. Контроль и самоконтроль в системе самоменеджмента. Организация трудового процесса. Рациональное моделирование рабочего пространства. Рациональное чтение, рациональное управление потоком коммуникаций и деловой документации.

Модульная единица 4. Тайм – менеджмент

Стратегия «управление временем» как управление собственной деятельностью, рациональная организация выполнения задач и распределения собственных ресурсов. Основные причины нерационально потраченного времени. Техники самоменеджмента в управлении временем. Праксеология и оптимальная система планирования времени. Методы и принципы повышения собственной эффективности А. А. Любищева. Искусство делегирования полномочий. Основные требования к составлению плана дел: список каждодневных дел, составление расписания. Технология планирования по методу «Альпы», «Парето», Эйзенхауэра. Прямое планирование с помощью картотек и дневников учета времени. Выбор инструмента для эффективного планирования времени.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»**

Реализуется в учебном плане 2022, 2023, 2024 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, обязательная часть.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 2 семестр.

Промежуточная аттестация: экзамен – 2 семестр.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Введение в поведение потребителей

Модульная единица 1. Поведение потребителей: предмет и объект.

Поведение потребителей и его исследование. Что такое поведение потребителей и зачем его изучать. Эволюция поведения потребителей. Фундаментальные принципы поведения потребителей. Маркетинговая стратегия организаций, ориентированных на потребителей. Место поведения потребителя при анализе рынка и рыночной стратегии. Стратегии формирования лояльности и удержания клиентов.

Модульная единица 2. Маркетинговые методы исследования поведения потребителя.

Роль исследований потребительского поведения в системе регулярного маркетинга. Рассмотрение методов исследования, принципов и теорий социальных, психологических и экономических наук в применении к изучению потребительского поведения. Сравнительный анализ поведенческого, экономического и социологических подходов к изучению потребителей, критическая оценка и направления развития. Количественные и качественные исследования поведения потребителей. Опросы, наблюдение, глубинное интервью, фокус-группа. Психографика как метод измерения стиля жизни.

Модуль 2. Управление поведением потребителя.

Модульная единица 3. Принятие решения потребителем.

Процесс принятия решения потребителем. Модель принятия решения потребителем. Переменные, формирующие процесс принятия решения. Факторы, влияющие на расширение решения проблемы. Предпокупочные процессы. Осознание потребности. Поиск. Оценка вариантов. Покупка. Виды покупок. Розничная торговля и процесс покупки. Детерминанты успеха розничного продавца. Установление контакта с потребителем. Послепокупочные процессы. Потребление. Оценка результатов потребления.

Модульная единица 4. Индивидуальные детерминанты поведения потребителя.

Демография, психографика и личность. Мотивация потребителей. Классификация потребностей потребителя. Мотивационный конфликт. Бессознательная мотивации. Манипуляции потребительским поведением. Знания потребителей. Убеждения, чувства и намерения потребителей. Установки и стереотипы потребительского поведения.

Модульная единица 5. Влияние внешней среды на поведение потребителя.

Культура, этническая принадлежность и социальный класс. Влияние семьи и домохозяйства. Жизненный цикл семьи. Влияние группы и влияние личности. Влияние референтной группы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «СОВРЕМЕННЫЙ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ»

Реализуется в учебном плане 2022, 2023, 2024 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 4 семестр.

Промежуточная аттестация: экзамен – 4 семестр.

Содержание дисциплины:

Модульная единица 1. Теоретические и методологические основы стратегического анализа. Понятие бизнес-процессов.

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.

Модульная единица 2. Методика и инструменты проведения стратегического анализа в сфере здравоохранения. Управление маркетингом в системе здравоохранения.

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.

Модуль 2. Специфика современного стратегического анализа в здравоохранении

Модульная единица 3. 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.

Модульная единица 4. Документирование результатов стратегического анализа и «обратная связь».

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.

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.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ»

Реализуется в учебном плане 2022, 2023, 2024 года поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, обязательная часть.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 4 семестр.

Промежуточная аттестация: экзамен – 4 семестр.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Введение в стратегический маркетинг

Модульная единица 1. Стратегический маркетинг: основные понятия, идеи и концепции.

Маркетинг в рыночной экономике: место, роль, значение в решении стратегических задач предприятия. Стратегические цели маркетинга. Содержание, процедуры и структура задач стратегического маркетинга. Сходства и отличия стратегического и операционного маркетинга. Современные особенности и специфика стратегического маркетинга. Прикладные аспекты маркетинговой деятельности фирмы: аналитический (понимание рынков, всесторонний их анализ), активный (проникновение на рынки, воздействие на них). Объекты стратегического маркетинга. Влияние стратегического маркетинга на эффективность объектов.

Модульная единица 2. Система маркетинговых стратегий. Иерархия стратегий в маркетинге. Выбор целевого сегмента рынка. Уровни маркетинговых стратегий: корпоративный, функциональный, инструментальный. Взаимосвязь спроса, цели, стратегии и инструментов маркетинга. Стратегии регулирования спроса. Международные маркетинговые стратегии.

Корпоративные стратегии. Портфельные стратегии (Портфолио-анализ). Маркетинговая стратегическая матрица. Матрица возможностей рынок/продукт. Матрица «Бостон консалтинг групп (БКГ)». Стратегии роста. Интенсивный рост. Интеграционный рост. Диверсификация: концентрическая, горизонтальная, конгломератная (латеральная). Конкурентные стратегии. Преимущества и недостатки стратегических моделей.

Функциональные стратегии. Стратегии сегментации рынка. Альтернативные методы удовлетворения целевого рынка. Принципы сегментирования рынка. Стратегии позиционирования. Этапы позиционирования. Сегментирование, позиционирование, дифференциация: продуктовая, сервисная, персонала, имиджа. Ошибки позиционирования. Стратегии комплекса маркетинга (маркетинг-микс).

Инструментальные стратегии. Стратегические решения для элементов комплекса маркетинга. Стратегические решения продуктовой политики. Стратегические решения ценовой политики. Стратегические решения сбытовой политики. Стратегические решения коммуникативной политики.

Модуль 2. Основы стратегического маркетинга

Модульная единица 3. Управление стратегическим маркетингом.

Основные компоненты и этапы стратегического управления. Сущность и последовательность осуществления стратегического маркетингового планирования. Выбор целей стратегического маркетинга; оценка рисков, планирование непредвиденных обстоятельств. Организация стратегического маркетинга. Стратегический маркетинговый контроль. Уровни контроля: контроль глобальных целей и стратегий, контроль плановых гипотез и прогнозов, контроль стратегического планирования, стратегический надзор, контроль тактического планирования, контроль оперативного планирования, оперативный контроль.

Модульная единица 4. Применение матричных методов в стратегическом анализе.

Матрица GE/ McKinsey – анализ сравнительной привлекательности рынка и конкурентоспособности бизнеса. Матрица ADL – анализ жизненного цикла отрасли и относительного положения на рынке. Матрица Scell/DPM – анализ привлекательности ресурсоемкой отрасли в зависимости от конкурентоспособности.

Модульная единица 5. Особенности реализации маркетинговых стратегий.

Крупные фирмы: множественная сегментация, диверсификация. Средние фирмы: одномерная или двумерная сегментация, специализация. Мелкие фирмы: концепция пяти «пи»: кадры, товар, цена, распределение, продвижение. Выбор стратегии маркетинга предприятия: анализ портфеля направлений деятельности; стратегия развития; стратегия роста; конкурентная стратегия; стратегия освоения зарубежных рынков. Реализация стратегии маркетинга: стратегические решения в товарной политике; стратегические решения по каналам сбыта; стратегические решения по ценообразованию; стратегические решения по коммуникациям.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ»

Реализуется в учебном плане 2022, 2023, 2024 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений, факультативные дисциплины.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 3 семестр.

Промежуточная аттестация: зачёт – 3 семестр.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Введение в тайм-менеджмент.

Модульная единица 1. Временная компетентность.

Понятие временной компетентности. Компоненты временной компетентности. Своевременность как критерий личной организации времени. Временные ресурсы взаимодействия и межличностного общения. Временные стратегии. Основные подходы к управлению временем.

Модульная единица 2. Время как стратегический ресурс организации и человека.

Виды Время как стратегический ресурс организации и человека. Основной закон времени как стратегического ресурса. Внутренние и внешние помехи времени. Понятие энергетического потенциала работы и возможности улучшения способы работы. Система управления временем. Компетентность организации во времени. Компетентность менеджера во времени. Собственная система управления временем.

Модуль 2. Специфика управления временем.

Модульная единица 3. Анализ времени

Изменение стратегии (способов) управления временем с помощью поточной карты. Изменение стратегии (способов) управления временем с помощью поточной диаграммы. Изменение стратегии (способов) управления временем с помощью карты совместных операций. Сетевой анализ. Категории временных затрат (кодификатор) менеджера. Анализ временных трат с использованием хронокарты Гастева. Ежедневный экспресс-анализ временных трат с использованием органайзера. Итоговый анализ временных трат с использованием органайзера. Анализ помех (углубленный анализ трат времени). Листок учета дневных помех, оценка важности помех за учетный период. Сущность ментальных карт помех и листов-памяток.

Модульная единица 4. Принципы и правила планирования.

Секреты эффективного управления временем. Цели организации и цели личности. Назначение целей в организации, целеполагание и процесс достижения цели. Свойства и формулировка целей. Проектная система постановки целей (по Г. Архангельскому). Алгоритм и методы целеполагания. Принципы и правила планирования. «Золотые» пропорции планирования времени.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ТЕОРИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ»**

Реализуется в учебном плане 2022, 2023, 2024 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 3 семестр.

Промежуточная аттестация: экзамен – 3 семестр.

### Содержание дисциплины:

#### Модуль 1. Теория организации

Модульная единица 1. Проектирование организации. Симптомы структурного несоответствия. Связь оргпроектирования со стратегическим планированием. Цели и задачи проектирования организации. Этапы организационного проектирования.

Модульная единица 2. Эффективность организации. Понятие эффективности организации. Эффективность и экономичность. Подходы к оценке эффективности организации.

Модульная единица 3. Теории личности. Характеристики личности: ценности, установки, их формирование и изменение; способности и навыки, «большая пятерка». Влияние характеристик личности на организационное поведение индивида.

#### Модуль 2. Организационное поведение

Модульная единица 4. Взаимодействие личности и организации. Адаптация. Карьера. Конфликты.

Модульная единица 5. Теории мотивации. Мотивация как основа организационного поведения. Понятие мотивации, мотивирования, стимула и стимулирования. Модель мотивации как процесса. Теории мотивации. Мотивация и результативность индивида.

Модульная единица 6. Командообразование. Понятие команды. Этапы командообразования. Роли в команде.

Модульная единица 7. Лидерство. Понятие лидера и лидерства. Теории лидерства.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ В МЕДИЦИНСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ»**

Реализуется в учебном плане 2022, 2023, 2024 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 4 семестр.

Промежуточная аттестация: зачет – 4 семестр.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Введение в управление бизнес-процессами.

Модульная единица 1. Понятие бизнес-процессов.

Основные бизнес-процессы. Управляющие бизнес-процессы. Вспомогательные бизнес-процессы.

Модульная единица 2. Бизнес-модель.

Виды бизнес-моделей. Анализ бизнес-процессов в бизнес-моделях.

Модуль 2. Специфика управления бизнес-процессами в медицинской организации

Модульная единица 3. Методы управления бизнес-процессами в медицинской организации.

Описание бизнес-процессов «как есть» и «как надо». GAP-анализ. Матрица RACI.

Модульная единица 4. Эффективность управления бизнес-процессами.

Реинжиниринг. Оптимизация бизнес-процессов. Теории О и Е. Кайдзен. Бережливое производство в медицине. 6 сигма.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ»**

Реализуется в учебном плане 2022, 2023, 2024 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 2 семестр.

Промежуточная аттестация: экзамен – 2 семестр.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Введение в управление проектами в здравоохранении.

Модульная единица 1. Современные концепции управления проектом.

Происхождение понятий «проект» и «управление проектом». История формирования методологии управления проектом (РММ). Модель жизненного цикла проекта. Внешнее и внутреннее окружение проекта. Основные участники проекта и их влияние на реализацию проекта. Основные типы работы по управлению проектом. Техника управления проектом. Особенности эффективной реализации проекта. Контур обратной связи. Отличие проектного управления от традиционного управления. Первые попытки использования подходов на основе проектного управления в реализации сложных проектов. Современные тенденции развития теории управления проектом. Управление проектом – реализация системного подхода, искусство достижения целей. Зарождение проектного управления.

Модульная единица 2. Основные группы процессов управления проектом.

Процессы инициации. Процессы планирования. Процессы исполнения. Процессы мониторинга и контроля. Процессы завершения.

Модуль 2. Специфика управления проектами в здравоохранении

Модульная единица 3. Управление содержанием и организацией проекта.

Определение понятия «управление содержанием проекта». Дерево целей проекта. Принципы управления организацией проекта. Определение понятия «организационная структура проекта». Документация проекта. Определение и согласование проекта. Понятие о книге контроля проекта (project control book – PCB), ее содержанием (постоянном и изменяемом), ее необходимость. Методология определения проекта, подготовка и проведение совещания по определению проекта. Документ определения проекта (project definition report -PDR), его составляющие.

Модульная единица 4. Управление ресурсами проекта.

Определение понятия «ресурс». Виды ресурсов проекта. Управление материально-техническим обеспечением проекта. Управление коммуникациями проекта. Управление персоналом проекта. Определение понятия «управление стоимостью проекта». Виды оценок стоимости проекта. Определение понятия «бюджетирование». Виды бюджетов. Оценка выполнения бюджета. эффективность управления проектами.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА»

Реализуется в учебном плане 2022, 2023, 2024 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, обязательная часть.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 3 семестр.

Промежуточная аттестация: экзамен – 3 семестр.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Цели фирмы

Модульная единица 1. Роль целей в управлении.

Фирма в условиях рынка. Внутренняя и внешняя среда фирмы. Сущность целей фирмы. Классификация целей. Факторы, определяющие цели фирм. Организация процесса формирования целей фирмы.

Модульная единица 2. Выработка управленческих решений в условиях неопределенности и риска.

Концепция неопределенности и риска. Экономическая сущность предпринимательского риска. Классификация рисков.

Оценка уровня риска. Вероятностный, аналоговый и экспертный подходы. Рейтинги. Оценка уровня риска по возможным потерям.

Учет рисков в управлении. Пороговые риски. Стратегии «риск-доходность». Факторы, определяющие стратегию управления рисками. Принципы управления в условиях риска.

Отказ от риска. Принятие риска. Обоснование методов снижения риска.

Методы принятия решений в условиях риска. «Дерево решений». Принципы компенсации риска. Страхование рисков.

Модуль 2. Эффективность производственной деятельности предприятия.

Модульная единица 3. Внеоборотные активы предприятия.

Внеоборотные активы. Состав, структура, оценка стоимости.

Динамика основных фондов.

Износ физический и моральный. Методы начисления амортизации. Источники обновления. Технический уровень основных фондов.

Производственная мощность предприятия.

Показатели использования основных фондов.

Нематериальные активы предприятия. Деловая репутация фирмы. Сущность, принципы оценки.

Модульная единица 4. Оборотные активы предприятия.

Оборотные активы. Понятие, структура, источники формирования.

Управление запасами. Нормирование запасов материалов, готовой продукции, незавершенного производства.

Показатели использования оборотных средств. Оптимизация оборотных средств.

Модульная единица 5. Эффективность производства и качество менеджмента

Бухгалтерская и экономическая концепция прибыли: сущность, измерение, области применения.

Практика формирования и использования прибыли коммерческих предприятий. Прибыль до выплаты процентов и налогов, чистая прибыль.

Планирование прибыли.

Показатели эффективности производства. Деловая активность. Сущность и показатели рентабельности.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ»

Реализуется в учебном плане 2022, 2023, 2024 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений, факультативные дисциплины.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 2 семестр.

Промежуточная аттестация: зачёт – 2 семестр

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Основы эмоционального интеллекта

Модульная единица 1. Понятие эмоционального интеллекта

Понятие интеллект, эмоциональный интеллект, эмоциональная компетентность. Модели эмоционального интеллекта (Дж.Мэйера и П.Сэловея, Р. Бар-Она, Д.В.Люсина, Т.Бредберри). Концепция структуры эмоционального интеллекта Д.Гоулмана (самоосознание, саморегуляция, мотивация, эмпатия, социальные навыки). Роль и значение эмоционального интеллекта в бизнесе.

Модульная единица 2. Оценка эмоционального интеллекта персонала

Современные методы оценки эмоционального интеллекта: методы, основанные на самоотчете и самооценке, методы экспертной оценки (технологии «ассесмент-центр») и методы, основанные на решении задач (тест эмоционального интеллекта Дж.Мейера, П.Сэловея и Д.Карузо (MSCEIT V2.0), опросник Р. Бар-Она (Bar-On Emotional Quotient Inventory), методика Self Report Emotional Intelligence Test (SREIT), методика «Эмоциональный интеллект-2» В.В.Одинцовой, тест «ЭмИн» Д.Люсина, методика МЭИ М.А.Манойловой, методика Н.Холла, метод «360 градусов» (EIV 360), видеотест на распознавание эмоций (Овсянникова В.В, Люсин Д.В.) и др.). Методы диагностики отдельных компонентов эмоционального интеллекта (опросник поведения и переживания, связанного с работой AVEM (У.Шааршмидт, А. Фишер), тест диагностики алекситимии TAS, методика "САН" (адаптация А. Гончарова), опросник депрессивности А.Т. Бека (BDI), опросник тревожности Ч.Д. Спилбергера (в адаптации Ю.Л. Ханина), методика "Диагностика уровня эмоционального выгорания" В.В. Бойко, методика "Индекс общего психологического благополучия", методика диагностики социальной эмпатии, методика диагностики эмоциональных барьеров в межличностном общении (В.В. Бойко), методика диагностики коммуникативной социальной компетентности (КСК), самооценка эмоционально-мотивационных ориентаций в межгрупповом взаимодействии (модифицированный вариант Н.П. Фетискина), методика диагностики личностной агрессивности и конфликтности (Е.П. Ильин, П.А. Ковалев), методика невербальной диагностики эмоциональных состояний (А.О. Прохоров), методика определения деструктивных установок в межличностных отношениях (В.В. Бойко), проективные методики и др.).

Модуль 2. Эмоциональный интеллект в управлении организацией

Модульная единица 3. Развитие эмоционального интеллекта персонала

Современные технологии обучения и развития эмоционального интеллекта персонала (тренинг, коучинг, наставничество). Принципы тренинга эмоциональной компетентности по Д.Гоулману (разработка тренинга на основе систематической оценки потребностей, проверка готовности участников и их мотивация, фокусирование на ясных и достижимых целях, организация системы поддержки и поощрения применения новых навыков и др.). Основные компоненты программ развития эмоционального интеллекта (развитие навыков и умений справляться с эмоциями (идентификация чувств и эмоций, оценка их

интенсивности, управление эмоциями и чувствами, контролирование побуждений, ослабление стресса, понимание разницы между чувствами, мыслями и действиями). Развитие когнитивных способностей (считывание и толкование социальной информации, позитивное отношение к жизни, самоосознание/выработка реалистичных ожиданий в отношении себя и др.). Поведенческие навыки (навыки эффективной вербальной и невербальной коммуникации в различных ситуациях). Структура техник управления эмоциями и чувствами «Квадрат» на основе принципов целеполагания, цивилизованного влияния, принятия эмоций (реактивные и проактивные методы снижения/повышения интенсивности эмоций). Критерии оценки функциональности упражнений по развитию эмоционального интеллекта (по Е.В.Сидоренко). Оценка эффективности программы. Роль HR – менеджера и линейных менеджеров в развитии эмоционального интеллекта сотрудников.

Модульная единица 4. Программы управления эмоциональным интеллектом в российских и зарубежных компаниях

Эмоциональный интеллект и организационная культура. Понятие группового коэффициента эмоционального интеллекта. Системный подход к внедрению эмоционального интеллекта в российских и зарубежных организациях: создание эмоционально разумной системы мотивации персонала, формирование командного духа, управление конфликтами, процедура обратной связи. Проектирование системы управления эмоциональным интеллектом на предприятии. Программы управления эмоциональным интеллектом в российских и зарубежных компаниях

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "ВОЛГОГРАДСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ" МИНИСТЕРСТВА  
ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**, Михальченко Дмитрий  
Валерьевич, Проректор по образовательной деятельности

29.08.24 17:37 (MSK)

Сертификат 7EBBA0A86315699C4EA3CD5F53F62893