

Описание курса

Название ОК (дисциплины) по РПД	
Маркетинг рынка медицинских услуг	
Структурное подразделение - разработчик ОК	
Кафедра Экономики и предпринимательства	
Уровень подготовки (СПО, бакалавриат, специалитет, <u>магистратура</u> , аспирантура, ординатура, ДО, ДПО)	
Магистратура	
Направления/специальности ВО, СПО, программ ДО, ДПО на которые ориентирован ОК	
38.04.01 Экономика (Профиль: Экономика и управление медицинской организацией)	
Трудоемкость ОК в зачетных единицах/часах в соответствии с РПД (если какой-либо вид учебной работы не предусмотрен, ставится прочерк):	
Вид учебной работы	Количество зет/часов
Лекции	4
Практические занятия	8
Самостоятельная работа	56
Промежуточная аттестация(зачет/экзамен)	зачет (4ч)
Итого:	72

Информация об авторе/авторском коллективе (для каждого из авторов)

ФИО	Пустынникова Екатерина Васильевна
Место работы (организация, структурное подразделение), должность	УлГУ, кафедра Экономики и предпринимательства
Ученая степень	д.э.н.
Ученое звание	доцент

Аннотация курса

О курсе:
Изучение данной дисциплины призвано обеспечить будущих магистров знаниями и навыками в области управления организацией на рынке медицинских услуг, осуществления процесса управления медицинской организацией с использованием разнообразных способов, приемов и подходов; сформировать систему правил, приемов, подходов и способов воздействия на управляемый объект для достижения целей, сокращая временные затраты на их реализацию. Знания, полученные в

процессе изучения дисциплины, используются во время прохождения практик и подготовки выпускной квалификационной работы.

Дисциплина «Маркетинг рынка медицинских услуг» использует достижения экономических наук, преломляет их, учитывая специфику внешней среды по отношению к организации.

Формат курса

В состав курса входят видеолекции, презентации, тестовые задания и т.д. 2 зачетные единицы.

Структура курса

Тема 1. Теоретические аспекты маркетинга рынка медицинских услуг.

Тема 2. Маркетинговая среда на рынке медицинских услуг. Концепция жизненного цикла медицинской услуги.

Тема 3. Потребители товаров и услуг медицинского назначения. Особенности покупательского поведения. Сегментирование рынка и позиционирование услуги на рынке медицинских услуг.

Тема 4. Управление маркетингом в медицинской организации.
Конкурентоспособность медицинских услуг.

Тема 5. Категория стоимости и ценообразования на рынке медицинских услуг.

Тема 6. Особенности планирования маркетинга в медицинской организации.

Тема 7. Особенности формирования товарной политики в маркетинге медицинской организации.

Тема 8. Особенности политики продвижения в маркетинге системе здравоохранения.

Дополнительный инструментарий

-