



Министерство здравоохранения Российской Федерации

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
"Северо-Западный государственный медицинский университет имени И.И. Мечникова"  
Министерства здравоохранения Российской Федерации**

(ФГБОУ ВО СЗГМУ им. И.И. Мечникова Минздрава России)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Маркетинг в здравоохранении»**

Направление подготовки: 34.04.01 Управление сестринской деятельностью

Направленность: Научная организация сестринской деятельности

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг в здравоохранении» составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратуры по направлению подготовки 34.04.01 Управление сестринской деятельностью, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 26 мая 2020 г. № 684 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратура по направлению подготовки 34.04.01 Управление сестринской деятельностью»

***Составители рабочей программы дисциплины:***

Тайц Борис Михайлович, заведующий кафедрой общественного здоровья и управления здравоохранением ФГБОУ ВО СЗГМУ им. И.И. Мечникова Минздрава России, д.м.н., профессор;

Овчинников Андрей Валентинович, доцент кафедры общественного здоровья и управления здравоохранением ФГБОУ ВО СЗГМУ им. И.И. Мечникова Минздрава России, к.м.н.;

Грандильевская Ольга Леонидовна, доцент кафедры общественного здоровья и управления здравоохранением ФГБОУ ВО СЗГМУ им. И.И. Мечникова Минздрава России, к.м.н.;

Крестьянинова Ольга Геннадьевна, старший преподаватель кафедры общественного здоровья и управления здравоохранением ФГБОУ ВО СЗГМУ им. И.И. Мечникова Минздрава России, к.м.н.

***Рецензент:***

Юрьев В.К., заведующий кафедрой общественного здоровья и здравоохранения ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный педиатрический медицинский университет», д.м.н., профессор, Заслуженный деятель науки Российской Федерации

Рабочая программа дисциплины обсуждена на заседании кафедры общественного здоровья и управления здравоохранением 23 ноября 2023 г., Протокол № 9

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ /Тайц Б.М./

Рассмотрено Методическим советом и рекомендовано для утверждения на Ученом совете 23 ноября 2023 г.

Председатель \_\_\_\_\_ /Артюшкин С.А./

Дата обновления:

## СОДЕРЖАНИЕ

|                                                                                                                                                                                                   |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Цель освоения дисциплины.....                                                                                                                                                                  | 4  |
| 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы .....                                                                                                                                   | 4  |
| 3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с<br>планируемыми результатами освоения образовательной программы .....                                                  | 4  |
| 4. Объем дисциплины и виды учебной работы .....                                                                                                                                                   | 5  |
| 5. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам) с указанием<br>количества академических часов и видов учебных занятий .....                                                       | 5  |
| 6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....                                                                                                                             | 10 |
| 7. Оценочные материалы .....                                                                                                                                                                      | 10 |
| 8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для<br>освоения дисциплины .....                                                                                           | 10 |
| 9. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины,<br>включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и<br>информационных справочных систем..... | 11 |
| 10. Материально-техническое обеспечение дисциплины .....                                                                                                                                          | 13 |
| Приложение А.....                                                                                                                                                                                 | 15 |

## 1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Маркетинг в здравоохранении» является формирование естественнонаучного мировоззрения в области маркетинга путем развития универсальных и общепрофессиональных компетенций в управлении сестринской деятельностью.

## 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг в здравоохранении» относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 34.04.01 Управление сестринской деятельностью (уровень образования магистратура), направленность: Научная организация сестринской деятельности. Дисциплина является обязательной к изучению.

## 3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

| Код и наименование компетенции                                                                                                         | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки      | ИД-1 <sub>УК-6.1</sub> Формулирует цели собственной деятельности, определяет пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств и планируемых результатов |
|                                                                                                                                        | ИД-2 <sub>УК-6.2</sub> Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов для совершенствования своей профессиональной деятельности   |
| ОПК-3. Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в деятельность сестринской службы медицинской организации | ИД-1 <sub>ОПК-3.1</sub> Формирует и реализует маркетинговую стратегию сестринской службы                                                                      |

| Код индикатора достижения компетенции | Результаты обучения (показатели оценивания)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Оценочные средства                                             |
|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| ИД-1 <sub>УК-6.1</sub>                | <b>знает</b> законодательную базу, должностные и функциональные обязанности, возможности системного анализа, пути повышения производительности труда, повышения эффективности и результативности, бережливые технологии в вопросах управления сестринской деятельностью                                                                                                             | Тестовые задания<br>Ситуационные задачи<br>Контрольные вопросы |
|                                       | <b>умеет</b> формулировать собственные цели в вопросах управления сестринской деятельностью, определять пути их достижения на основе имеющихся ресурсов, условий, средств и установленных показателей достижения результата; использовать теоретические знания маркетингового исследования и анализа для решения практических задач при осуществлении профессиональной деятельности |                                                                |
|                                       | <b>имеет навык</b> формирования и совершенствования личных деловых качеств, определения и реализации приоритетов собственной деятельности для успешного управления и                                                                                                                                                                                                                |                                                                |

|                         |                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
|                         | лидерства в вопросах сестринской деятельности                                                                                                                                                                                                           |                                                                |
| ИД-2 <sub>УК-6.2</sub>  | <b>знает</b> информацию о личных целях и личных ценностях, собственной деятельности в вопросах применения маркетинга в здравоохранении, пути их достижения с учетом ресурсов условий, средств, временной перспективы развития и планируемых результатов | Тестовые задания<br>Ситуационные задачи<br>Контрольные вопросы |
|                         | <b>умеет</b> критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов для собственного совершенствования в вопросах управления сестринской деятельностью                                                                              |                                                                |
|                         | <b>имеет навык</b> совершенствования собственной деятельности на основе самооценки и объективных методов контроля                                                                                                                                       |                                                                |
| ИД-1 <sub>ОПК-3.1</sub> | <b>знает</b> теорию маркетинга в здравоохранении и ее практическое применение, порядок планирования и проведения маркетингового исследования, основы маркетинговых требований к деятельности системы здравоохранения и медицинской организации          | Тестовые задания<br>Ситуационные задачи<br>Контрольные вопросы |
|                         | <b>умеет</b> формулировать и реализовывать маркетинговую стратегию сестринской службы, направленную на удовлетворение интересов и потребностей пациента                                                                                                 |                                                                |
|                         | <b>имеет навык</b> применения маркетинговых технологий в области здравоохранения, управления сестринской деятельностью                                                                                                                                  |                                                                |

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

| Вид учебной работы                                                             | Трудоемкость        | Семестры   |
|--------------------------------------------------------------------------------|---------------------|------------|
|                                                                                |                     | 2          |
| <b>Контактная работа обучающихся с преподавателем:</b>                         | <b>36</b>           | <b>36</b>  |
| Лекции                                                                         | 12                  | 12         |
| Семинары                                                                       | 22                  | 22         |
| Промежуточная аттестация: зачет,<br>в том числе сдача и групповые консультации | 2                   | 2          |
| <b>Самостоятельная работа:</b>                                                 | <b>72</b>           | <b>72</b>  |
| в период теоретического обучения                                               | 68                  | 68         |
| подготовка к сдаче зачета                                                      | 4                   | 4          |
| <b>Общая трудоемкость:</b>                                                     | академических часов | <b>108</b> |
|                                                                                | зачетных единиц     | <b>3</b>   |

#### 5. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам) с указанием количества академических часов и видов учебных занятий

##### 5.1. Содержание разделов дисциплины

| №<br>п/п | Наименование<br>раздела<br>дисциплины | Аннотированное содержание раздела дисциплины | Перечень<br>компетенций,<br>формируемых<br>в процессе<br>освоения<br>раздела |
|----------|---------------------------------------|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
|----------|---------------------------------------|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|

|    |                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |             |
|----|---------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| 1. | Теоретические и практические основы развития маркетинга в здравоохранении | <b>Концепция маркетинга</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Маркетинг: концептуальный подход</li> <li>- Анализ комплекса маркетинга</li> <li>- Медицинская услуга</li> <li>- Цена медицинской услуги</li> <li>- Получение информации о пациенте</li> <li>- Сегментирование</li> <li>- Точка потребительской целесообразности</li> <li>- Организация сервиса</li> <li>- Медицинский маркетинг. Интересы пациента на первом месте</li> <li>- Работа с жалобами</li> <li>- Поддержка отношений с пациентом</li> <li>- Поиск новых покупателей медицинских услуг</li> <li>- Развитие медицинских услуг</li> <li>- Качества услуги и выгоды</li> <li>- Преимущества медицинской услуги</li> <li>- Торговая марка</li> </ul> | УК-6, ОПК-3 |
|    |                                                                           | <b>Продвижение медицинских услуг</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Реклама медицинских услуг</li> <li>- Эффективность рекламы</li> <li>- Использование интернета</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | УК-6, ОПК-3 |
|    |                                                                           | <b>Маркетинг в здравоохранении в условиях меняющегося мира</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Определение потребности клиентов</li> <li>- Клиент – это тот, кто вам платит</li> <li>- Диалог с потребителем медицинских услуг</li> <li>- Взаимовыгодная стратегия отношений с потребителем медицинских услуг</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | УК-6, ОПК-3 |
| 2. | Формирование маркетинговой медицинской организации                        | <b>Роль маркетинга в управлении сестринской деятельностью</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Создание маркетингового плана</li> <li>- Разработка маркетинговой стратегии сестринской службы</li> <li>- Целевой рынок</li> <li>- Как заставить медицинскую услугу нравиться</li> <li>- Продвижение и пропаганда</li> <li>- Нетрадиционные технологии маркетинга</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | УК-6, ОПК-3 |
|    |                                                                           | <b>Маркетинг в деятельности медицинской организации</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Формирование команды</li> <li>- SWOT-анализ. Постановка задач</li> <li>- Реализация стратегии сестринской службы.</li> <li>Пересмотр задач</li> <li>- Получение поддержки</li> <li>- Развитие систем маркетинговой информации</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | УК-6, ОПК-3 |

## 5.2. Тематический план лекций

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Тематика лекций | Активные формы обучения | Трудоемкость (академических часов) |
|-------|---------------------------------|-----------------|-------------------------|------------------------------------|
|-------|---------------------------------|-----------------|-------------------------|------------------------------------|

|        |                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |          |    |
|--------|---------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----|
| 1.     | Теоретические и практические основы развития маркетинга в здравоохранении | <b>Л.1. Маркетинг: концептуальный подход</b><br>- Анализ комплекса маркетинга<br>- Медицинская услуга<br>- Цена медицинской услуги<br>- Получение информации о пациенте<br>- Сегментирование<br>- Точка потребительской целесообразности<br>- Организация сервиса                                      | ЛБ<br>ЛД | 2  |
|        |                                                                           | <b>Л.2. Медицинский маркетинг. Интересы пациента на первом месте</b><br>- Поддержка отношений с пациентом<br>- Поиск новых покупателей медицинских услуг<br>- Развитие медицинских услуг<br>- Работа с жалобами<br>- Качества услуги и выгоды<br>- Преимущества медицинской услуги<br>- Торговая марка | ЛБ<br>ЛД | 2  |
|        |                                                                           | <b>Л.3. Продвижением медицинских услуг</b><br>- Реклама медицинских услуг<br>- Эффективность рекламы<br>- Использование интернета                                                                                                                                                                      | ЛБ<br>ЛД | 2  |
|        |                                                                           | <b>Л.4. Маркетинг в здравоохранении в условиях меняющегося мира</b><br>- Определение потребности клиентов<br>- Клиент – это тот, кто вам платит<br>- Диалог с потребителем медицинских услуг<br>- Взаимовыгодная стратегия отношений с потребителем медицинских услуг                                  | ЛБ<br>ЛД | 2  |
| 2.     | Формирование маркетинговой медицинской организации                        | <b>Л.5. Роль маркетинга в управлении сестринской деятельностью</b><br>- Создание маркетингового плана<br>- Разработка маркетинговой стратегии<br>- Целевой рынок<br>- Как заставить медицинскую услугу нравиться<br>- Продвижение и пропаганда<br>- Нетрадиционные технологии маркетинга               | ЛБ<br>ЛД | 2  |
|        |                                                                           | <b>Л.6. Маркетинг в деятельности медицинской организации</b><br>- Формирование команды<br>- SWOT-анализ. Постановка задач<br>- Реализация стратегии сестринской службы. Пересмотр задач<br>- Получение поддержки<br>- Развитие систем маркетинговой информации                                         | ЛБ<br>ЛД | 2  |
| ИТОГО: |                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |          | 12 |

ЛБ – лекция-беседа

ЛД – лекция-дискуссия

**5.3. Тематический план практических занятий – не предусмотрено**

#### 5.4. Тематический план семинаров

| №<br>п/п | Наименование<br>раздела<br>дисциплины                                     | Тематика семинаров                                                                                    | Активные<br>формы<br>обучения | Формы<br>текущего<br>контроля                   | Трудоем<br>кость<br>(академи<br>ческих<br>часов) |
|----------|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| 1.       | Теоретические и практические основы развития маркетинга в здравоохранении | С.1. Медицинский маркетинг. Интересы пациента на первом месте                                         | ТД<br>МШ                      | Решение ситуационных задач<br>Тестовый контроль | 2                                                |
|          |                                                                           | С.2. Анализ комплекса маркетинга                                                                      | ТД<br>МШ                      | Решение ситуационных задач<br>Тестовый контроль | 2                                                |
|          |                                                                           | С.3. Медицинская услуга                                                                               | ТД<br>МШ                      | Решение ситуационных задач<br>Тестовый контроль | 2                                                |
|          |                                                                           | С.4. Точка потребительской целесообразности                                                           | ТД<br>МШ                      | Решение ситуационных задач<br>Тестовый контроль | 2                                                |
|          |                                                                           | С.5. Организация сервиса                                                                              | ТД<br>МШ                      | Решение ситуационных задач<br>Тестовый контроль | 2                                                |
|          |                                                                           | С.6. Получение информации о пациенте.<br>Сегментирование                                              | ТД<br>МШ                      | Решение ситуационных задач<br>Тестовый контроль | 2                                                |
|          |                                                                           | С.7. Развитие медицинских услуг. Эффективность рекламы                                                | ТД<br>МШ                      | Решение ситуационных задач<br>Тестовый контроль | 2                                                |
| 2.       | Формирование маркетинговой медицинской организации                        | С.8. Создание маркетингового плана.<br>Разработка маркетинговой стратегии сестринской службы          | ТД<br>МШ                      | Решение ситуационных задач<br>Тестовый контроль | 2                                                |
|          |                                                                           | С.9. SWOT-анализ.<br>Постановка задач.<br>Реализация стратегии сестринской службы.<br>Пересмотр задач | ТД<br>МШ                      | Решение ситуационных задач<br>Тестовый контроль | 2                                                |

|        |  |                                                                      |          |                                                 |    |
|--------|--|----------------------------------------------------------------------|----------|-------------------------------------------------|----|
|        |  | С.10. Нетрадиционные технологии маркетинга                           | ТД<br>МШ | Решение ситуационных задач<br>Тестовый контроль | 2  |
|        |  | С.11. Формирование команды. Развитие систем маркетинговой информации | ТД<br>МШ | Решение ситуационных задач<br>Тестовый контроль | 2  |
| ИТОГО: |  |                                                                      |          |                                                 | 22 |

ТД - тематическая дискуссия

МШ – мозговой штурм

#### 5.5. Тематический план лабораторных работ – не предусмотрено

#### 5.6. Самостоятельная работа

| №<br>п/п | Наименование раздела дисциплины                                           | Виды самостоятельной работы                                                                                                                        | Формы текущего контроля | Трудоемкость (академических часов) |
|----------|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|------------------------------------|
| 1.       | Теоретические и практические основы развития маркетинга в здравоохранении | Работа с лекционным материалом Л.1, Л.2, Л.3, Л.4<br>Работа с учебной литературой см. пункт. 8.1.<br>Работа в образовательном портале SDO.SZGMU.RU | Тестовый контроль       | 44                                 |
| 2.       | Формирование маркетинговой медицинской организации                        | Работа с лекционным материалом Л.5, Л.6<br>Работа с учебной литературой см. пункт. 8.1.<br>Работа в образовательном портале SDO.SZGMU.RU           | Тестовый контроль       | 24                                 |
|          |                                                                           | Подготовка к сдаче зачета                                                                                                                          | -                       | 4                                  |
| ИТОГО:   |                                                                           |                                                                                                                                                    |                         | 72                                 |

##### 5.6.1. Перечень нормативных документов:

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993, с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 1 июля 2020 г.).

2. Федеральный закон Российской Федерации от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации».

3. Закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей».

4. Федеральный закон от 30.03.1999 № 52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения».

5. Федеральный закон от 29.11.2010 № 326-ФЗ «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации».

6. Федеральный закон от 12.04.2010 № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств».

7. Федеральный закон от 04.05.2011 № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности».

## **6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Для успешного освоения дисциплины необходима правильная организация труда, позволяющая распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком образовательного процесса. Изучение разделов дисциплины будет эффективным при условии самостоятельного изучения учебно-методических материалов, размещенных в системе СДО MOODLE, самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий, Интернета, образовательного портала SDO.SZGMU.RU. Прохождения тестирования по всем предложенным темам, активного участия в обсуждении изучаемых вопросов на семинарах. Рекомендуются выполнять все задания к семинарам, а также задания, вынесенные на самостоятельную работу.

## **7. Оценочные материалы**

Оценочные материалы по дисциплине для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся включают в себя примеры оценочных средств (Приложение А к рабочей программе дисциплины), процедуру и критерии оценивания.

## **8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

### **8.1. Учебная литература:**

1. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент / Ф. Котлер, К.Л. Келлер. – 15-е изд. – СПб.: Питер, 2020. – 844 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Ф. Котлер. – Альпина Паблишер, 2020. – 210 с.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М.: Издательство «Диалектика», 2019. – 751 с.
4. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. / Ж.-Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг: Перев. с англ. под ред. В.Б. Колчанова. – СПб.: Питер, 2020. – 718 с.
5. Маркетинг: Учебник по направлению подгот. 080200.62 «Менеджмент» / Под ред. И.В. Липсица. – М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017. – 576 с.
6. Секстон Д. Университет Трампа. Маркетинг / Д. Секстон: Перев. с англ. П.А. Самсонов. – Минск: Попурри, 2017. – 496 с.
7. Правовые аспекты здравоохранения / Е.Н. Пронина, В.М. Леванов, И.А. Камаев; Под ред. И.А. Камаева – 2018. – 92 с. [Электронный ресурс].
8. Рыженкова И.К. Профессиональные навыки менеджера. Повышение личной и командной эффективности / И.К. Рыженкова – 2-е изд. – М.: Издательство: Эксмо, 2019. – 270 с. Серия: Полный курс МВА.
9. Лapidус Л.В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник. — ИНФРА-М, 2020. — 479 с.
10. Цифровая экономика : учебник / И.А. Хасаншин, А.А. Кудряшов, Е.В. Кузьмин, А.А. Крюкова. – М.: Горячая линия – Телеком, 2021. – 228 с.
11. Медик, В. А. Общественное здоровье и здравоохранение : учебник / В. А. Медик, В. И. Лисицин. - 4-е изд. , перераб. и доп. - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2020. - 496 с. : ил. - 496 с. - ISBN 978-5-9704-5610-1. - Текст : электронный // URL : <http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970456101.html>

12. Медик, В. А. Общественное здоровье и здравоохранение : учебник / Медик В. А. , Юрьев В. К. - 2-е изд. , испр. и доп. - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2016. - 608 с. - ISBN 978-5-9704-3710-0. - Текст : электронный // URL : <http://www.studmedlib.ru/book/ISBN9785970437100.html>

13. Миняев В. А. Общественное здоровье и здравоохранение : учебник / В. А. Миняев, Н. И. Вишняков. - 7-е. - М. : МЕДпресс-информ, 2016. - 656 с. - ISBN 9785000300534. - Текст : электронный // ЭБС "Букап" : [сайт]. - URL : <https://www.books-up.ru/ru/book/obcshestvennoe-zdorove-i-zdravoohranenie-214586>

14. Тайц Б. М. Роль маркетинга в управлении медицинской организацией / Б. М. Тайц ; М-во здравоохранения Рос. Федерации, ФГБОУ ВО Сев.-Зап. гос. мед. ун-т им. И. И. Мечникова. - 3-е изд., перераб. и доп. - СПб. : Береста, 2020. - 120 с. : рис., табл. - Библиогр.: с. 115-116. - ISBN 978-5-6044006-3-0.

15. Тайц Б. М. Мастер делового администрирования (МБА) в здравоохранении : [монография] / М-во здравоохранения Рос. Федерации, ФГБОУ ВО Сев.-Зап. гос. мед. ун-т им. И. И. Мечникова. - СПб. : Береста, 2020. - 288 с. : табл. - Библиогр.: с. 275-279 (77 назв.). - ISBN 978-5-6044006-64-5-4.

16. Тайц Б. М. Управление качеством в здравоохранении : учеб. пособие / Б. М. Тайц ; М-во здравоохранения Рос. Федерации, ФГБОУ ВО СЗГМУ им. И. И. Мечникова. - 2-е изд., перераб. и доп. - СПб. : Береста, 2018. - 352 с. : ил., табл. - Библиогр.: с. 346-347. - ISBN 978-5-9066-70-97-7.

17. Тайц Б. М. Формирование деловых качеств и навыков высокоэффективного руководителя медицинской организации : учеб. пособие / Б. М. Тайц ; М-во здравоохранения Рос. Федерации, ФГБОУ ВО Сев.-Зап. гос. мед. ун-т им. И. И. Мечникова. - 3-е изд., перераб. и доп. - СПб. : Береста, 2020. - 116 с. : рис. - Библиогр.: с. 112-113. - ISBN 978-5-6044006-2-3

18. Тайц Б. М. Практическая предиктивная, превентивная и персонализированная медицина "10П МЕДИЦИНА" в решении вопросов профилактики, активного долголетия, снижения смертности и увеличения продолжительности жизни населения : [монография] / Б. М. Тайц ; М-во здравоохранения Рос. Федерации, ФГБОУ ВО Сев.-Зап. гос. мед. ун-т им. И. И. Мечникова. - СПб. : Береста, 2019. - 380 с. : табл. - Библиогр.: с. 317-375 (1145 назв.). - ISBN 978-5-6041342-6-9. <https://cyberleninka.ru/article/n/10p-meditsina-v-reshenii-voprosov-snizheniya-smernosti-uvelicheniya-prodolzhitelnosti-i-povysheniya-kachestva-zhizni-pozhilogo/viewer>

## 8.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

| Наименования ресурса сети «Интернет»                             | Электронный адрес ресурса                                                                                                       |
|------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Public Health Textbook                                           | <a href="http://www.healthknowledge.org.uk/public-health-textbook">http://www.healthknowledge.org.uk/public-health-textbook</a> |
| Journal of medical Internet research                             | <a href="http://www.jmir.org">http://www.jmir.org</a>                                                                           |
| Информационная и образовательная система для практикующих врачей | <a href="http://www.rosmedlib.ru">http://www.rosmedlib.ru</a>                                                                   |
| Российский медицинский портал                                    | <a href="http://www.rosmedportal.com">http://www.rosmedportal.com</a>                                                           |
| Всемирная Организация Здравоохранения                            | <a href="http://www.who.int">http://www.who.int</a>                                                                             |
| Министерство здравоохранения Российской Федерации                | <a href="http://www.rosminzdrav.ru/ministry/inter">http://www.rosminzdrav.ru/ministry/inter</a>                                 |
| Федеральная служба государственной статистики                    | <a href="http://www.gks.ru">http://www.gks.ru</a>                                                                               |

## 9. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины, включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем

**9.1. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса:**

| №  | Наименование раздела дисциплины                                           | Информационные технологии                                                                                                                                                                                          |
|----|---------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Теоретические и практические основы развития маркетинга в здравоохранении | Размещение учебных материалов в ЭИОС ФГБОУ ВО СЗГМУ им. И.И. Мечникова Минздрава России, <a href="https://sdo.szgmu.ru/course/index.php?categoryid=3813">https://sdo.szgmu.ru/course/index.php?categoryid=3813</a> |
| 2. | Формирование маркетинговой медицинской организации                        |                                                                                                                                                                                                                    |

**9.2. Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса (лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства):**

| № п/п                                                                                | Наименование программного продукта                                                                                                                                                                | Срок действия лицензии | Документы, подтверждающие право использования программных продуктов                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>лицензионное программное обеспечение</b>                                          |                                                                                                                                                                                                   |                        |                                                                                                                            |
| 1.                                                                                   | Dr. Web                                                                                                                                                                                           | 1 год                  | Контракт № 175/2022-ЗК                                                                                                     |
| 2.                                                                                   | MS Windows 8<br>MS Windows 8.1<br>MS Windows 10<br>MS Windows Server 2012<br>Datacenter - 2 Proc<br>MS Windows Server 2012<br>R2 Datacenter - 2 Proc<br>MS Windows Server 2016<br>Datacenter Core | Неограниченно          | Государственный контракт № 30/2013-О;<br>Государственный контракт № 399/2013-ОА;<br>Государственный контракт № 07/2017-ЭА. |
| 3.                                                                                   | MS Office 2010<br>MS Office 2013                                                                                                                                                                  | Неограниченно          | Государственный контракт № 30/2013-ОА;<br>Государственный контракт № 399/2013-ОА.                                          |
| 4.                                                                                   | Academic LabVIEW Premium Suite (1 User)                                                                                                                                                           | Неограниченно          | Государственный контракт № 02/2015                                                                                         |
| <b>лицензионное программное обеспечение отечественного производства</b>              |                                                                                                                                                                                                   |                        |                                                                                                                            |
| 1.                                                                                   | Антиплагиат                                                                                                                                                                                       | 1 год                  | Контракт № 6659                                                                                                            |
| 2.                                                                                   | «WEBINAR (ВЕБИНАР)»<br>ВЕРСИЯ 3.0                                                                                                                                                                 | 1 год                  | Контракт № 261/2023-ЭА                                                                                                     |
| 3.                                                                                   | «Среда электронного обучения 3KL»                                                                                                                                                                 | 1 год                  | Контракт № 254/2023-ЭА                                                                                                     |
| 4.                                                                                   | TrueConf Enterprise                                                                                                                                                                               | 1 год                  | Контракт № 373/2022-ЭА                                                                                                     |
| <b>свободно распространяемое программное обеспечение</b>                             |                                                                                                                                                                                                   |                        |                                                                                                                            |
| 1.                                                                                   | Google Chrome                                                                                                                                                                                     | Неограниченно          | Открытое лицензионное соглашение<br>GNU GeneralPublicLicense                                                               |
| 2.                                                                                   | NVDA                                                                                                                                                                                              | Неограниченно          | Открытое лицензионное соглашение<br>GNU GeneralPublicLicense                                                               |
| <b>свободно распространяемое программное обеспечение отечественного производства</b> |                                                                                                                                                                                                   |                        |                                                                                                                            |
| 1.                                                                                   | Moodle                                                                                                                                                                                            | Неограниченно          | Открытое лицензионное соглашение<br>GNU GeneralPublicLicense                                                               |

### 9.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

| № п/п | Наименование программного продукта      | Срок действия лицензии | Документы, подтверждающие право использования программных продуктов | Режим доступа для обучающихся – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья |
|-------|-----------------------------------------|------------------------|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.    | Консультант Плюс                        | 1 год                  | Контракт № 1067/2021-ЭА                                             | -                                                                                      |
| 2.    | ЭБС «Консультант студента»              | 1 год                  | Контракт № 152/2022-ЭА                                              | <a href="http://www.studmedlib.ru/">http://www.studmedlib.ru/</a>                      |
| 3.    | ЭМБ «Консультант врача»                 | 1 год                  | Контракт № 307/2021-ЭА                                              | <a href="http://www.rosmedlib.ru/">http://www.rosmedlib.ru/</a>                        |
| 4.    | ЭБС «Айбукс.py/ibooks.ru»               | 1 год                  | Контракт № 388/2022-ЭА                                              | <a href="https://ibooks.ru">https://ibooks.ru</a>                                      |
| 5.    | ЭБС «IPRBooks»                          | 1 год                  | Контракт № 387/2022-ЭА                                              | <a href="http://www.iprbookshop.ru/special">http://www.iprbookshop.ru/special</a>      |
| 6.    | Электронно-библиотечная система «Букап» | 1 год                  | Контракт № 345/2022-ЭА                                              | <a href="https://www.books-up.ru/">https://www.books-up.ru/</a>                        |
| 7.    | ЭБС «Издательство Лань»                 | 1 год                  | Контракт № 311/2022-ЭА                                              | <a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>                            |
| 8.    | Образовательная платформа ЮРАЙТ         | 1 год                  | Контракт № 418/2021-М                                               | <a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>                                      |

### 10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения учебных занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: г. Санкт-Петербург, Заневский проспект, д. 1/82, лит А, ауд. № 2, ФГБОУ ВО СЗГМУ им. И.И. Мечникова Минздрава России;

Оборудование: доска, стол преподавателя, стул преподавателя, стол студенческий двухместный, стул студенческий;

Технические средства обучения: мультимедиа-проектор, экран, ноутбук преподавателя, системный блок, монитор;

Специальные технические средства обучения: Roger Pen (Индивидуальный беспроводной передатчик Roger в форме ручки), Roger MyLink (приемник сигнала системы Roger Pen) (для обучающихся с нарушениями слуха); IntelliKeys (проводная клавиатура с русским шрифтом Брайля с матовым покрытием черного цвета) (для обучающихся с нарушениями зрения), (г. Санкт-Петербург, Пискаревский проспект, д. 47, лит Р (корп.9), ауд. №№ 18,19, ФГБОУ ВО СЗГМУ им. И.И. Мечникова Минздрава России).

Учебные аудитории для проведения учебных занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: г. Санкт-Петербург, Заневский проспект, д. 1/82, лит А, ауд. № 1, ФГБОУ ВО СЗГМУ им. И.И. Мечникова Минздрава России;

Оборудование: доска, стол преподавателя, стул преподавателя, стол студенческий двухместный, стул студенческий;

Технические средства обучения: мультимедиа-проектор, экран, ноутбук преподавателя, системный блок, монитор;

Специальные технические средства обучения: Roger Pen (Индивидуальный беспроводной передатчик Roger в форме ручки), Roger MyLink (приемник сигнала системы Roger Pen) (для обучающихся с нарушениями слуха); IntelliKeys (проводная клавиатура с русским шрифтом Брайля с матовым покрытием черного цвета) (для обучающихся с нарушениями зрения), (г. Санкт-Петербург, Пискаревский проспект, д. 47, лит Р (корп.9), ауд. №№ 18,19, ФГБОУ ВО СЗГМУ им. И.И. Мечникова Минздрава России).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой, в том числе специализированной, с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета: г. Санкт-Петербург, Пискаревский проспект, д. 47, лит АЕ (корп.32), ауд. № 1, лит Р (корп.9), ауд. №№ 18,19, ФГБОУ ВО СЗГМУ им. И.И. Мечникова Минздрава России.

Министерство здравоохранения Российской Федерации  
**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Северо-Западный государственный медицинский университет  
имени И.И. Мечникова»  
Министерства здравоохранения Российской Федерации  
(ФГБОУ ВО СЗГМУ им. И.И. Мечникова Минздрава России)**

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

(для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся)

|                                 |                             |               |             |
|---------------------------------|-----------------------------|---------------|-------------|
| <b>Направление подготовки:</b>  | 34.04.01                    | Управление    | сестринской |
|                                 |                             | деятельностью |             |
| <b>Направленность:</b>          | Научная                     | организация   | сестринской |
|                                 |                             | деятельности  |             |
| <b>Наименование дисциплины:</b> | Маркетинг в здравоохранении |               |             |

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

| Код индикатора достижения компетенции | Результаты обучения (показатели оценивания)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Оценочные средства                                             |
|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| ИД-1 <sub>УК-6.1</sub>                | <b>знает</b> законодательную базу, должностные и функциональные обязанности, возможности системного анализа, пути повышения производительности труда, повышения эффективности и результативности, бережливые технологии в вопросах управления сестринской деятельностью                                                                                                             | Тестовые задания<br>Ситуационные задачи<br>Контрольные вопросы |
|                                       | <b>умеет</b> формулировать собственные цели в вопросах управления сестринской деятельностью, определять пути их достижения на основе имеющихся ресурсов, условий, средств и установленных показателей достижения результата; использовать теоретические знания маркетингового исследования и анализа для решения практических задач при осуществлении профессиональной деятельности |                                                                |
|                                       | <b>имеет навык</b> формирования и совершенствования личных деловых качеств, определения и реализации приоритетов собственной деятельности для успешного управления и лидерства в вопросах сестринской деятельности                                                                                                                                                                  |                                                                |
| ИД-2 <sub>УК-6.2</sub>                | <b>знает</b> информацию о личных целях и личных ценностях, собственной деятельности в вопросах применения маркетинга в здравоохранении, пути их достижения с учетом ресурсов условий, средств, временной перспективы развития и планируемых результатов                                                                                                                             | Тестовые задания<br>Ситуационные задачи<br>Контрольные вопросы |
|                                       | <b>умеет</b> критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов для собственного совершенствования в вопросах управления сестринской деятельностью                                                                                                                                                                                                          |                                                                |
|                                       | <b>имеет навык</b> совершенствования собственной деятельности на основе самооценки и объективных методов контроля                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                |
| ИД-1 <sub>ОПК-3.1</sub>               | <b>знает</b> теорию маркетинга в здравоохранении и ее практическое применение, порядок планирования и проведения маркетингового исследования, основы маркетинговых требований к деятельности системы здравоохранения и медицинской организации                                                                                                                                      | Тестовые задания<br>Ситуационные задачи<br>Контрольные вопросы |
|                                       | <b>умеет</b> формулировать и реализовывать маркетинговую стратегию сестринской службы, направленную на удовлетворение интересов и потребностей пациента                                                                                                                                                                                                                             |                                                                |
|                                       | <b>имеет навык</b> применения маркетинговых технологий в области здравоохранения, управления сестринской деятельностью                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                |

## 2. Примеры оценочных средств и критерии оценивания для проведения текущего контроля

### 2.1. Примеры входного контроля

**Тестовые задание:**

Инструкция: Выберите один правильный ответ:

### Вопрос № 1

Маркетинг можно определить как:

- 1) управление затратами;
- 2) изучение предпочтений и моды;
- 3) **особый вид деятельности, который направлен на извлечение прибыли за счет удовлетворения потребностей людей;**
- 4) продвижение, реклама, связь с общественностью.

### Вопрос № 2

В чем заключается сущность концепции маркетинга?

- 1) мода и потребительские предпочтения – это первое, на что следует ориентироваться производителю;
- 2) товары и услуги следует реализовывать лишь по такой цене, которая даст хотя бы 10% рентабельности;
- 3) **ведение деятельности, бизнеса следует организовывать так, чтобы удовлетворить потребности клиента;**
- 4) получить для организации максимальную прибыль.

### Вопрос № 3

Стратегия маркетинга – это:

- 1) получить максимально возможную прибыль;
- 2) долгосрочный план сбыта товаров и услуг;
- 3) **определение целесообразности выпуска того или иного товара и услуги в долгосрочной перспективе;**
- 4) приведение внутренней и внешней среды организации в соответствие с рыночной ситуацией.

Критерии оценки, шкала оценивания *зачтено/не зачтено*

| Оценка       | Описание                                                                                                |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| «зачтено»    | Демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены              |
| «не зачтено» | Демонстрирует непонимание проблемы. Многие требования, предъявляемые к заданию не выполнены. Нет ответа |

## 2.2. Примеры тестовых заданий

### ИД-1 УК-6.1

Название вопроса: **Вопрос № 1**

Выберите существующие формы учреждений:

- 1) **Казенное**
- 2) Коммерческое
- 3) **Бюджетное**
- 4) Частное
- 5) **Автономное**

### ИД-2 УК-6.2

Название вопроса: **Вопрос № 2**

Укажите наиболее точное определение понятия «Политика здравоохранения»:

- 1) **совокупность идеологических принципов и практических мероприятий по решению проблем здравоохранения в обществе и государстве;**
- 2) совокупность идеологических принципов по решению проблем здравоохранения в обществе и государстве;
- 3) совокупность практических мероприятий по решению проблем здравоохранения в обществе и государстве.

### **ИД-1 ОПК-3.1**

#### **Название вопроса: Вопрос № 3**

Какой источник финансирования здравоохранения в РФ является основным?

- 1) **Бюджетное финансирование**
- 2) Доходы от платных услуг
- 3) Личные средства граждан
- 4) **Средства обязательного медицинского страхования**
- 5) Средства добровольного медицинского страхования

### **ИД-1 УК-6.1, ИД-2 УК-6.2, ИД-1 ОПК-3.1**

#### **Название вопроса: Вопрос № 4**

Основными формами коммуникаций в маркетинге являются:

- 1) выставки, конференции, реклама;
- 2) прямые продажи, реклама, PR, стимулирование сбыта;
- 3) установление скидок, реклама;
- 4) **реклама, организация распродаж, прямые продажи.**

Критерии оценки, шкала оценивания тестовых заданий

| <b>Оценка</b>         | <b>Балл</b> | <b>Описание</b>                                     |
|-----------------------|-------------|-----------------------------------------------------|
| «отлично»             | 16-20       | Выполнено в полном объеме – 90%-100%                |
| «хорошо»              | 11-15       | Выполнено не в полном объеме – 80%-89%              |
| «удовлетворительно»   | 6-10        | Выполнено с отклонением – 70%-79%                   |
| «неудовлетворительно» | 0-5         | Выполнено частично – 69% и менее правильных ответов |

## **2.3. Примеры ситуационных задач**

### **ИД-1 УК-6.1, ИД-2 УК-6.2, ИД-1 ОПК-3.1**

#### **Задача №1**

Руководство медицинского центра поставило задачу определить мотивирующие факторы для пациентов, которые могли бы повысить выручку и прибыль. Качество медицинских услуг, разумные цены, квалифицированные кадры уже учтены. Что может ещё послужить стимулом для пациентов?

#### **Задача №2**

В ситуации, когда на определенный вид медицинских услуг существует отрицательный спрос, что необходимо предпринять руководству учреждения для преодоления этой ситуации:

1. информировать потребителя о качестве медицинской услуги;
2. повышать качество медицинской услуги;
3. представлять товар на новые сегменты рынка;
4. информировать потребителя о пользе применения данной медицинской услуги;
5. повысить зарплату медицинскому персоналу.

#### **Задача №3**

Для того, чтобы сроки и качество диагностики, лечения и ухода соответствовали принятым в медицине нормативам, необходим постоянный процесс наблюдения – контроль, с последующим внесением необходимых коррективов. Контроль является одной из функций управления. Однако процесс контроля часто воспринимается медсестрами негативно.

Какие из указанных положений, используемых для уменьшения негативных проявлений контроля, на ваш взгляд, ошибочны:

1. Сотрудник должен знать, что контроль направлен не на его личность, а на его производственную деятельность.

2. Контроль, по возможности, должен осуществляться скрытно, не демонстративно, чтобы не влиять на производственную деятельность, не волновать персонал и не дискредитировать его в глазах больных.

3. Контроль должен осуществляться за конечным результатом, а не за процессом выполнения.

4. Контроль должен быть регулярным, но выборочным.

Критерии оценки, шкала оценивания ситуационных задач

| Оценка                | Балл  | Описание                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| «отлично»             | 31-40 | Объяснение хода решения ситуационной задачи подробное, последовательное, грамотное, с теоретическими обоснованиями, с необходимым схематическими изображениями и наглядными демонстрациями, с правильным и свободным владением терминологией; ответы на дополнительные вопросы верные, четкие                    |
| «хорошо»              | 21-30 | Объяснение хода решения ситуационной задачи подробное, но недостаточно логичное, с единичными ошибками в деталях, некоторыми затруднениями в теоретическом обосновании, схематических изображениях и наглядных демонстрациях, ответы на дополнительные вопросы верные, но недостаточно четкие                    |
| «удовлетворительно»   | 11-20 | Объяснение хода решения ситуационной задачи недостаточно полное, непоследовательное, с ошибками, слабым теоретическим обоснованием, со значительными затруднениями и ошибками в схематических изображениях и наглядных демонстрациях, ответы на дополнительные вопросы недостаточно четкие, с ошибками в деталях |
| «неудовлетворительно» | 0-10  | Объяснение хода решения ситуационной задачи дано неполное, непоследовательное, с грубыми ошибками, без теоретического обоснования, без умения схематических изображений и наглядных демонстраций или с большим количеством ошибок, ответы на дополнительные вопросы неправильные или отсутствуют                 |

### 3. Процедура проведения текущего контроля

Текущий контроль успеваемости по дисциплине проводится в форме: тестового контроля, решения ситуационных задач.

### 4. Примеры оценочных средств и критерии оценивания для проведения промежуточной аттестации

#### 4.1. Примерный перечень контрольных вопросов для подготовки к зачету:

##### ИД-1 УК-6.1, ИД-2 УК-6.2, ИД-1 ОПК-3.1

1. Назовите комплекс маркетинга.
2. В чем заключается сущность концепции маркетинга?
3. Кто являются объектами маркетинга?

4. Что такое сегментация в маркетинге?
5. Чем обусловлена макросреда маркетинга?

Критерии оценки, шкала оценивания по контрольным вопросам

| Оценка                | Балл | Описание                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| «отлично»             | 15   | Знает весь учебный материал, отлично понимает и прочно усвоил его. На вопросы (в пределах программы) дает правильные, сознательные и уверенные ответы. В устных ответах пользуется литературно правильным языком и не допускает ошибок |
| «хорошо»              | 10   | Знает весь требуемый учебный материал, хорошо понимает и прочно усвоил его. На вопросы (в пределах программы) отвечает без затруднений. В устных ответах пользуется литературным языком и не делает грубых ошибок                      |
| «удовлетворительно»   | 6    | Знает основной учебный материал. На вопросы (в пределах программы) отвечает с затруднением. В устных ответах допускает ошибки при изложении материала и в построении речи                                                              |
| «неудовлетворительно» | 0    | Не знает большей части учебного материала, отвечает, как правило, лишь на наводящие вопросы преподавателя, неуверенно. В устных ответах допускает частые и грубые ошибки                                                               |

#### 4.2. Примеры ситуационных задач:

##### ИД-1 УК-6.1, ИД-2 УК-6.2, ИД-1 ОПК-3.1

###### Задача №1

В связи с тяжелыми условиями труда штат сотрудников травматологического отделения больницы не укомплектован медицинскими сестрами, отмечается высокая текучесть кадров, на работу принимаются совместители. График работы медсестер составляет старшая медсестра, затем утверждает отдел кадров. Очень часто в течение месяца происходят замены дежурств медсестер из-за несовпадения графиков работы совместителей по основному месту работы, бывали случаи невыхода на работу из-за недопонимания между медсестрами.

Выход из этой ситуации заведующий отделением нашел в том, что предложил самим медсестрам составить проект графика, с соблюдением всех требований законов о труде.

Какой принцип управления использовал заведующий отделением?

1. Делегирование полномочий.
2. Планирование.
3. Учет индивидуальных особенностей работников.

4. Максимально широкое привлечение исполнителей в процесс принятия решения.

###### Задача №2

Пациент, обратившийся в больницу, медицинский центр обычно не настроен на долгосрочное сотрудничество с медицинской организацией. Получив выздоровление или долгосрочную ремиссию, он забывает о медицинской организации, не обращается в нее до следующего приступа или критического состояния со своим здоровьем.

Как медицинской организации наладить взаимодействие с бывшим пациентом, поддерживать с ним взаимовыгодные отношения, при этом не вызывая негативного раздражающего воздействия навязчивыми звонками и не создавая впечатление о желании на нем заработать?

### Задача №3

Перед медицинским центром встала задача необходимости стимулировать постоянных потребителей медицинских услуг, чтобы они не уходили в другие медицинские организации. Каким образом произвести расчет суммы, которую приносит постоянный клиент, чтобы определить возможность запуска стимулирующей программы, вручения подарков и т.п.?

#### Критерии оценки, шкала оценивания ситуационных задач

| Оценка                | Балл | Описание                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| «отлично»             | 15   | Объяснение хода решения ситуационной задачи подробное, последовательное, грамотное, с теоретическими обоснованиями, с необходимым схематическими изображениями и наглядными демонстрациями, с правильным и свободным владением терминологией; ответы на дополнительные вопросы верные, четкие                    |
| «хорошо»              | 10   | Объяснение хода решения ситуационной задачи подробное, но недостаточно логичное, с единичными ошибками в деталях, некоторыми затруднениями в теоретическом обосновании, схематических изображениях и наглядных демонстрациях, ответы на дополнительные вопросы верные, но недостаточно четкие                    |
| «удовлетворительно»   | 6    | Объяснение хода решения ситуационной задачи недостаточно полное, непоследовательное, с ошибками, слабым теоретическим обоснованием, со значительными затруднениями и ошибками в схематических изображениях и наглядных демонстрациях, ответы на дополнительные вопросы недостаточно четкие, с ошибками в деталях |
| «неудовлетворительно» | 0    | Объяснение хода решения ситуационной задачи дано неполное, непоследовательное, с грубыми ошибками, без теоретического обоснования, без умения схематических изображений и наглядных демонстраций или с большим количеством ошибок, ответы на дополнительные вопросы неправильные или отсутствуют                 |

#### Критерии оценки, шкала итогового оценивания (зачет)

| Оценка       | Балл  | Описание                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| «зачтено»    | 11-30 | Демонстрирует полное понимание проблемы. Знает основные понятия в рамках обсуждаемого вопроса, методы изучения и их взаимосвязь между собой, практические проблемы и имеет представление о перспективных направлениях разработки рассматриваемого вопроса |
| «не зачтено» | 0-10  | Демонстрирует непонимание проблемы. Не знает основные понятия, методы изучения, в рамках обсуждаемого вопроса не имеет представления об основных практических проблемах                                                                                   |

## 5. Процедура проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета. Зачет включает в себя: собеседование по контрольным вопросам, решение ситуационных задач.