

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 06.06.2023 11:28:36  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Российский университет дружбы народов  
имени Патриса Лумумбы»**

**Медицинский институт**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Маркетинговые коммуникации в здравоохранении**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

**38.04.02 Менеджмент**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

**Менеджмент в здравоохранении**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2023 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Маркетинговые коммуникации в здравоохранении» является формирование у обучающихся 1) целостного представления о маркетинговой деловой коммуникации как разновидности специализированной коммуникации; 2) представления о современных научных подходах к организации различных форм деловых коммуникаций; 3) коммуникативных умений и навыков, необходимые для профессиональной деятельности.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Маркетинговые коммуникации в здравоохранении» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

**УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ОПК-1.4**

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1. Контролирует количество времени, потраченного на конкретные виды деятельности.
		УК-6.2. Вырабатывает инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, целей.
		УК-6.3. Анализирует свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения поставленной задачи.
		УК-6.4. Распределяет задачи на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и анализа ресурсов для их выполнения.
ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления.	ОПК-1.1. Обладает фундаментальными знаниями в области менеджмента.
		ОПК-1.2. Умеет использовать фундаментальные знания экономической, организационной и управленческой теории для успешного выполнения профессиональной деятельности.
		ОПК-1.3. Применяет инновационные подходы для решения управленческих задач с учетом обобщения и критического анализа передовых практик управления.
		ОПК-1.4. Владеет навыками обоснованного выбора методов решения практических и исследовательских задач.

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Маркетинговые коммуникации в здравоохранении» относится к *вариативной* части блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Маркетинговые коммуникации в здравоохранении».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	Биоэтика	Статистический учет в здравоохранении Культура профессионально-делового общения Научно-исследовательская работа
ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления.	Управленческая экономика Теория организации управления Маркетинговые исследования в здравоохранении	Современный стратегический анализ Анализ и прогнозирование рынка медицинских услуг Научно-исследовательская работа Преддипломная практика

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинговые коммуникации в здравоохранении» составляет **3** зачетных единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ЗАОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		3			
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	<b>12</b>	<b>12</b>			
В том числе:					
Лекции (ЛК)	4	4			
Лабораторные работы (ЛР)	-	-			
Практические/семинарские занятия (СЗ)	8	8			
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	<b>88</b>	<b>88</b>			
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	8	8			
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	ак.ч.	<b>108</b>	<b>108</b>		
	зач.ед.	<b>3</b>	<b>3</b>		

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. Понятие общения: сущность и содержание. Невербальные средства общения.	Тема 1.1. Общение как феномен: передача информации, восприятие и взаимодействие. Определение делового общения. Виды делового общения. Факторы выбора стиля в общении. Формы делового общения.	
	Тема 1.2. Соотношение вербальных и невербальных средств общения. Ведущие репрезентативные системы: аудиальная, визуальная, кинестетическая.	
Раздел 2. Вербальные средства и процесс слушания в деловой коммуникации.	Тема 2.1. Человеческая речь как источник информации. Виды речевой деятельности: говорение и написание; слушание и чтение. Речевые средства общения. Стили деловой речи: официально-деловой (законодательный, дипломатический, административно-канцелярский), научный стиль, публицистический, разговорная речь.	
	Тема 2.2. Коммуникативные барьеры: логический, стилистический, семантический, фонетический. Умение «слушать» и «слышать». Составляющие навыки умения слушать. Виды обратной связи в процессе слушания: расспрашивание, перефразирование, отражение чувств, резюмирование.	
Раздел 3. Технологии различных форм делового общения и маркетинговых коммуникаций	Тема 3.1. Деловая беседа. Виды деловой беседы в зависимости от уровня делового общения. Деловая беседа между сотрудниками разных организаций. Деловая беседа между сотрудниками внутри организации. Деловая беседа между руководителем и подчиненными. Основные виды деловой беседы, связанные с реализацией управленческих функций руководителя: постановкой целей, контролем и оценкой результатов деятельности.	
	Тема 3.2. Переговоры. Основные характеристики и правила ведения переговоров. Некоторые представления о конфликте. Причины затруднений при переходе от конфронтации к соглашению. Совещание. Совещание как форма общения. Основные стратегии проведения дискуссии. Этапы проведения дискуссии. Психологические трудности проведения дискуссии.	

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – семинарские занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Для практических занятий	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д.10, корп.2, ауд. 373	Комплект специализированной мебели; технические средства: мультимедийный проектор EPSONEB-965, Ноутбук ASUSF9ECore 2 DUOT5750, имеется выход в интернет. Программное обеспечение: продукты Microsoft (ОС, пакет офисных приложений, в т.ч. MS Office/ Office 365, Teams)
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащен персональными компьютерами (в количестве 9 шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д.10, корп.2, ауд. 372	Комплект специализированной мебели; технические средства: мультимедийный проектор EPSONE B-965, Ноутбук ASUSF9ECore 2 DUOT5750, 9 комплектов компьютер + системный блок, имеется выход в интернет. Программное обеспечение: продукты Microsoft (ОС, пакет офисных приложений, в т.ч. MS Office/ Office 365, Teams)
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д.10, корп.2, ауд. 372 (вторая половина дня)	Комплект специализированной мебели; технические средства: мультимедийный проектор EPSONE B-965, Ноутбук ASUSF9ECore 2 DUOT5750, 9 комплектов компьютер + системный блок, имеется выход в интернет. Программное обеспечение: продукты Microsoft (ОС, пакет офисных приложений, в т.ч. MS Office/ Office 365, Teams)

\* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

## 7.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

*Основная литература:*

1. Маркетинг в здравоохранении: учебно-методическое пособие по изучению курса / А.В. Фомина, Е.В. Бивол. – Москва: РУДН, 2020. – 44 с.
2. Неверов А.В. Основы социального менеджмента [Электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов гуманитарных специальностей / А.В. Неверов. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2017. - 96 с.
3. Управление деловыми коммуникациями: учебно-методическое пособие / Н.П. Горидько, Р.М. Нижегородцев. - Электронные текстовые данные. - Москва : РУДН, 2020. - 102 с.

*Дополнительная литература:*

1. Осеев А.А. Средства социологической диагностики в системе управления персоналом [Электронный ресурс]: Программа межфакультетского курса - Электронные текстовые данные. - М.: Изд-во РУДН, 2016. - 28 с.
2. Круглова Н.Ю. Основы менеджмента [Текст]: Учебное пособие - М. :КноРус, 2016. - 500 с.
3. Васильева О.А. Деловые коммуникации: учебно-методическое пособие / О.А. Васильева. - Электронные текстовые данные. - М. : РУДН, 2016. - 64 с.
4. Рыженкова И.К.. Профессиональные навыки менеджера. Повышение личной и командной эффективности / И.К. Рыженкова. - М. : Эксмо, 2008. - 272 с.

*Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН  
<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации  
<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS  
<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «**Маркетинговые коммуникации в здравоохранении**»

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

## 8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Маркетинговые коммуникации в здравоохранении» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

\* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

### РАЗРАБОТЧИКИ:

Зав. кафедрой  
общественного здоровья,  
здравоохранения и гигиены

А.В. Фомина

---

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.

### РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Кафедра общественного  
здоровья, здравоохранения и  
гигиены

А.В. Фомина

---

Наименование БУП

Подпись

Фамилия И.О.

### РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Зав. кафедрой общественного  
здоровья, здравоохранения и  
гигиены

А.В. Фомина

---

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.