

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.06.2025 12:35:31
Уникальный программный ключ:
sa953a0120d891083f939673078cf1a989dae18a

**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 ИССЛЕДОВАНИЯ 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)

2025 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Маркетинговые исследования в здравоохранении» входит в программу магистратуры «Менеджмент в здравоохранении» по направлению 38.04.02 «Менеджмент» и изучается в 1 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Вечерне-заочное отделение медицинского института. Дисциплина состоит из 2 разделов и 4 тем и направлена на изучение методов и основ проведения маркетинговых исследований в здравоохранении.

Целью освоения дисциплины является изучение сущности, структуры и функций, базовых принципов и методов маркетинга; современного состояния и перспектив развития маркетинговой деятельности в России и в мире; формирование умения и навыков поиска, выявления, сбора, анализа, обобщения и использования маркетинговой информации при проведении маркетинговых исследований.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Маркетинговые исследования в здравоохранении» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

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

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ПК-3	Способность разрабатывать стратегии развития организаций в сфере здравоохранения и их отдельных подразделений	ПК-3.2 Разрабатывает функциональные стратегии: в области производственной, логистической, управления персоналом, управления инновациями и маркетинговой деятельности;
ПК-7	Способен проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	ПК-7.1 Владеет современными техниками и методиками сбора данных, методами поиска, обработки, анализа и оценки информации для решения управленческих задач; ПК-7.2 Использует современные цифровые системы и методы при решении управленческих и исследовательских задач; ПК-7.3 Участвует в реализации научно-исследовательских проектов в области менеджмента и смежных отраслей;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Маркетинговые исследования в здравоохранении» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Маркетинговые исследования 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*
ПК-3	Способность разрабатывать стратегии		Научно-исследовательская работа;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	развития организаций в сфере здравоохранения и их отдельных подразделений		Преддипломная практика; Финансовый и инвестиционный менеджмент в здравоохранении; Корпоративные финансы; Технологии управления системой здравоохранения; Правовые основы системы здравоохранения; Риск-менеджмент; <i>Планирование и организация закупочной деятельности в медицинской организации **;</i>
ПК-7	Способен проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой		Основы телемедицины; <i>Медицинские информационные системы **;</i> Технологии управления системой здравоохранения; Правовые основы системы здравоохранения; <i>Статистический учет в здравоохранении **;</i> Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика;

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинговые исследования в здравоохранении» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для заочной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			1
Контактная работа, ак.ч.	16		16
Лекции (ЛК)	4		4
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	12		12
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	84		84
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	8		8
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Основы маркетинга в здравоохранении. Основные цели, задачи и функции маркетинга в здравоохранении. Объекты исследования в маркетинге в здравоохранении.	1.1	Маркетинг в здравоохранении, его сущность и особенности. Краткий исторический обзор развития маркетинга и маркетинга в здравоохранении. Основные термины и понятия. Основные подходы, используемые в маркетинге в здравоохранении - социально-этический маркетинг, стратегический и операционный маркетинг.	ЛК
		1.2	Объекты исследования в медицинском и фармацевтическом маркетинге. Окружающая маркетинговая среда. Микросреда и макросреда. Контролируемые и неконтролируемые факторы окружающей среды. Маркетинговая информационная система. Маркетинговое управление.	ЛК
Раздел 2	Маркетинговые исследования: составление плана маркетинговых исследований, изучение спроса и предложения медицинских и фармацевтических услуг и продуктов	2.1	Маркетинговые исследования в здравоохранении. Традиционные объекты маркетинговых исследований. Маркетинговые исследования рынка медицинских услуг и продуктов: сегментация, емкость, конъюнктура, эластичность спроса, жизненные циклы, конкурентоспособность, спрос и предложение.	СЗ
		2.2	Цены и ценообразование в маркетинге медицинских услуг и продуктов. Роль рекламы в маркетинге медицинских услуг. Изучение влияния рекламы на стимулирование сбыта.	СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/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)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	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

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
		т.ч. MS Office/ Office 365, Teams)
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	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)
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	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)

* - 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. Маркетинг: учебное пособие / А.М. Зобов, Е.А. Дегтерева, А.М. Чернышева. - Электронные текстовые данные. - Москва : РУДН, 2021. - 358 с. : ил.
3. Прикладные маркетинговые исследования : учебно-методическое пособие / А.М. Чернышева. - Электронные текстовые данные. - Москва : РУДН, 2020. - 47 с. : ил.

Дополнительная литература:

1. Экономика здравоохранения [Электронный ресурс]: Учебник / Под общ. ред. А.В. Решетникова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ГЭОТАР-Медиа, 2015. - 192 с. 2.

2. Управление и экономика здравоохранения [Электронный ресурс] : Учебное пособие для вузов / Под ред. А.И. Вялкова. - 3-е издание. - М. : ГЭОТАР-Медиа, 2009. - 664 с.
3. Управление и экономика здравоохранения [Электронный ресурс] : Учебное пособие для вузов / Под ред. А.И. Вялкова. - 3-е издание. - М. : ГЭОТАР-Медиа, 2009. - 664 с.
4. 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.
5. Парамонов В.В. Основы экономики и менеджмента [Электронный ресурс]: Учебное пособие / В.В. Парамонов, И.Э. Исаева; Отв. ред. В.А. Федоров. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2015. - 128 с.
6. Петрова Н.Г. Основы маркетинга медицинских услуг [Текст]: Учебное пособие / Н.Г. Петрова, Н.И. Вишняков; Н.Г.Петрова и др. - М. : МЕДпресс-информ, 2008. - 112 с. : ил.

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

- 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. Курс лекций по дисциплине «Маркетинговые исследования в здравоохранении».

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

РАЗРАБОТЧИК:

Старший преподаватель

Должность, БУП

Подпись

Зуенкова Юлия

Александровна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность, БУП

Подпись

Фомина Анна

Владимировна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Заведующий кафедрой

Должность, БУП

Подпись

Фомина Анна

Владимировна

Фамилия И.О.