

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 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)

2025 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Маркетинговые коммуникации в здравоохранении» входит в программу магистратуры «Менеджмент в здравоохранении» по направлению 38.04.02 «Менеджмент» и изучается в 3 семестре 2 курса. Дисциплину реализует Вечерне-заочное отделение медицинского института. Дисциплина состоит из 3 разделов и 6 тем и направлена на изучение современных методов и технологий эффективного продвижения медицинских услуг и продуктов путем использования маркетинговых деловых коммуникаций.

Целью освоения дисциплины 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 (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)
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;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Маркетинговые коммуникации 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 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	Биоэтика**; Страховое дело в	Статистический учет в здравоохранении**;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	<i>здравоохранения**</i> ; Научно-исследовательская работа;	<i>Культура профессионально-делового общения**</i> ; Научно-исследовательская работа;

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинговые коммуникации 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)
			3
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	12		12
Лекции (ЛК)	4		4
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	8		8
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	88		88
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	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	Понятие общения: сущность и содержание. Невербальные средства общения.	1.1	Общение как феномен: передача информации, восприятие и взаимодействие. Определение делового общения. Виды делового общения. Факторы выбора стиля в общении. Формы делового общения.	ЛК, СЗ
		1.2	Соотношение вербальных и невербальных средств общения. Ведущие репрезентативные системы: аудиальная, визуальная, кинестетическая.	СЗ
Раздел 2	Вербальные средства и процесс слушания в деловой коммуникации.	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.	ЛК
		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.	СЗ
Раздел 3	Технологии различных форм делового общения и маркетинговых коммуникаций.	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.	СЗ
		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.	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 EPSON EB-965, Ноутбук ASUS F9ECore 2 DUOT5750, имеется выход в интернет. Программное обеспечение: продукты Microsoft (ОС, пакет офисных приложений, в 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 EPSON EB-965, Ноутбук ASUS F9ECore 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 EPSON EB-965, Ноутбук ASUS F9ECore 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. Управление деловыми коммуникациями: учебно-методическое пособие / Н.П. Горидько, Р.М. Нижегородцев. - Электронные текстовые данные. - Москва : РУДН, 2020. - 102 с.
3. Чернышева Анна Михайловна. Прикладные маркетинговые исследования. учебно-методическое пособие [Электронный ресурс]. - М. : РУДН, 2020. 47 с. ISBN 978-5-209-10679-1 URL:
https://mega.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Link_FindDoc&id=498388&idb=0

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.
5. 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.

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.elsevier-science.ru/products/scopus/>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Маркетинговые коммуникации в здравоохранении».

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

РАЗРАБОТЧИК:

Заведующий кафедрой

Должность, БУП

Подпись

Фомина Анна

Владимировна

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.