

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 19.05.2026 11:51:43
Уникальный программный идентификатор:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a29246

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Донецкий филиал РАНХиГС

УТВЕРЖДЕНА
в составе образовательной программы

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ,
«Основы менеджмента и маркетинга»**

**ПО ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ
(профессиональной переподготовки)**

«Менеджмент в здравоохранении»

Донецк, 2026 г.

Автор-составитель:

доцент кафедры
маркетинга и логистики
Донецкого филиала РАНХиГС
канд. экон. наук, доцент



И.М. Ягнюк

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2.	ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	4
3.	ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
	4.1. Структура дисциплины	7
	4.2. Содержание дисциплины	8
5.	УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СЛУШАТЕЛЕЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
6.	ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	24
7.	УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	27
	7.1. Нормативно-правовые документы	27
	7.2. Основная литература	27
	7.3. Дополнительная литература.....	28
	7.4. Интернет-ресурсы.....	28
8.	МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	29
9.	ИНДИКАТОРЫ СФОРМИРОВАННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКА ПРОГРАММЫ.....	30

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» является совершенствование имеющихся компетенций и (или) получение новых компетенций, необходимых для исполнения должностных обязанностей, решения коммуникативных задач с помощью современных технических средств и информационных технологий.

Задачи:

изучение основ менеджмента и маркетинга;

применение основ менеджмента и маркетинга в практической деятельности медицинского учреждения;

развитие навыка использования основ менеджмента и маркетинга в управленческой деятельности медицинского учреждения.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 1

Планируемые результаты обучения

Виды деятельности и	Общепрофессиональные компетенции, специализированные компетенции	Практический опыт	Знания	Умения
Организационно – управленческая	ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знания экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	владение навыками анализа и решения типовых управленческих задач в деятельности медицинской организации (учреждения здравоохранения) с использованием инструментов менеджмента и маркетинга	основных категорий и закономерностей экономической, организационной и управленческой теории применительно к системе здравоохранения; принципов организации деятельности медицинских учреждений различных форм собственности; теоретических основ маркетинга в здравоохранении	применения понятийно-категориального аппарата менеджмента и маркетинга для анализа конкретных ситуаций, возникающих в процессе управления медицинской организацией; обобщения успешного опыта управления медицинскими организациями и адаптации его для решения конкретных задач в своей профессиональной области

<p>Организац ионно – управленче ская</p>	<p>ОПК-2. Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач</p>	<p>владение навыками сбора первичных и вторичных данных о деятельности медицинской организации, их статистической обработки и анализа с использованием современных информационных-аналитических систем, а также владение методами интерпретации полученных результатов для обоснования управленческих решений и маркетинговых стратегий</p>	<p>современной методики сбора данных в здравоохранении ; современных методов обработки и анализа данных; теоретических основ организации исследовательской деятельности применительно к изучению рынка медицинских услуг и внутренней среды медицинской организации</p>	<p>выбора адекватных методик сбора данных для решения конкретных управленческих или маркетинговых задач в медицинской организации; применения современных методов статистического и сравнительного анализа для обработки данных о деятельности учреждения здравоохранения; использования результатов анализа данных для выявления проблем в управлении и формирования гипотез для их решения.</p>
<p>Организац ионно – управленче ская</p>	<p>СК-1. Способен организовывать и направлять коммерческую деятельность предприятия в соответствии с законодательными и нормативными требованиями для достижения финансовой эффективности, удовлетворения нужд потребителей, укрепления деловой репутации и</p>	<p>опыт поиска баланса между достижением финансовой эффективности, удовлетворением потребностей пациентов и соблюдением врачебной этики</p>	<p>факторов, влияющих на удовлетворенность потребителей (пациентов) качеством медицинской помощи и сервиса, и их связи с деловой репутацией клиники</p>	<p>выявления и прогнозирования потребности целевых групп пациентов для формирования востребованного предложения медицинских услуг, способствующего укреплению деловой репутации</p>

	обеспечения стабильности при эффективном использовании ресурсов и соблюдении предоставленны х полномочий			
--	--	--	--	--

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 2

Объем дисциплины

Виды учебной работы		Количество часов (ч.) и (или) зачетных единиц	С применением электронного обучения и (или) дистанционных образовательных технологий (час.) или зачетных единиц
Контактная работа слушателя с преподавателем, в том числе:		12	12
лекционного типа (Л)		8	8
практические занятия (ПЗ)		4	4
Самостоятельная работа слушателя (СР)		28	28
Промежуточная аттестация	форма	Экзамен	
	час.	4	
Общая трудоемкость по учебному плану (час./з.е.)		44	44

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Структура дисциплины

Таблица 3

Структура дисциплины

№ п/ п	Наименование тем дисциплины	Общая трудоемкость час.	Контактная работа с применением дистанционных образовательных технологий, электронного обучения, час.			Самостоятельная работа, (с применением ЭО) час.	Текущий контроль успеваемости (ДОТ)	Промежуточная аттестация (ЭО/час)	Код компетенции
			Всего	В том числе					
				В форме практической	Лекции				
1	Понятие и функции менеджмента	7	1		1				ОПК-1
2	Теория и практика подготовки и принятия управленческих решений	7	1		1				ОПК-1
3	Антикризисное управление	6	2		1	1	О		ОПК-1
4	Основы маркетинга в здравоохранении	6	2		1	1	О		ОПК-1, ОПК-2
5	Маркетинговая информация и маркетинговые исследования	7	3		2	1			ОПК-2
6	Коммуникационная политика учреждений здравоохранения	7	3		2	1	О		СК-1
	Форма контроля (экзамен)	4						Э	
	Итого	44	12		8	4		2	

Э – экзамен; О – опрос; ДОТ – с применением дистанционных образовательных технологий, ЭО – с применением электронного обучения.

4.2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 4

Содержание дисциплины

Номер темы	Содержание темы	
	Темы лекций	Темы практических занятий
1	Понятие и функции менеджмента	
2	Теория и практика подготовки и принятия управленческих решений	
3	Антикризисное управление	Антикризисное управление
4	Основы маркетинга в здравоохранении	Основы маркетинга в здравоохранении
5	Маркетинговая информация и маркетинговые исследования	Маркетинговая информация и маркетинговые исследования
6	Коммуникационная политика учреждений здравоохранения	Коммуникационная политика учреждений здравоохранения

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СЛУШАТЕЛЕЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Методические указания по планированию и организации времени.

Для эффективного освоения дисциплины слушателю необходимо ознакомиться с рабочей программой, составить индивидуальный график самостоятельной работы и строго его придерживаться. Изучение каждой темы рекомендуется начинать с теоретических материалов (лекций, учебников), затем переходить к практическим заданиям и завершать самопроверкой.

2. Методические указания по работе с литературой.

При работе с литературой следует использовать основную (обязательную) и дополнительную литературу, а также официальные интернет-ресурсы. Рекомендуется вести конспекты, фиксируя ключевые понятия и выводы, и применять аналитическое чтение для сравнения различных точек зрения.

3. Методические указания по подготовке к текущему контролю и промежуточной аттестации.

Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации должна осуществляться систематически, после изучения каждой темы. Слушателю необходимо повторить конспекты лекций и материалы практических занятий, а также уточнить у преподавателя форму и критерии оценивания.

4. Методические указания по работе с тестовыми заданиями.

Выполнение тестовых заданий требует предварительного изучения теоретического материала. Следует внимательно читать формулировки вопросов, использовать метод исключения неверных ответов и обращать внимание на детали. Тестовые задания помогают оценить уровень подготовки.

5. Методические указания по выполнению домашних заданий.

При выполнении домашних заданий необходимо изучить требования, собрать необходимый материал и составить план работы. Выполненное задание должно быть оформлено в соответствии с установленными требованиями и сдано в указанный срок для получения обратной связи от преподавателя.

Вопросы для самостоятельной подготовки

Тема: Понятие и функции менеджмента

1. Сущность и содержание понятия «менеджмент».
2. Общая характеристика основных функций менеджмента.
3. Цель, содержание и результаты выполнения функции планирования.
4. Цель, содержание и результаты выполнения функции организации.
5. Цель, содержание и результаты выполнения функции мотивации.
6. Цель, содержание и результаты выполнения функции координации.
7. Сущность и виды контроля в менеджменте.

Тема: Теория и практика подготовки и принятия управленческих решений

8. Классификация управленческих решений
9. Методы и методики, используемые в процессе принятия решений
10. Модели принятия решений в условиях неопределенности
11. Процесс подготовки, принятия и реализации управленческого решения

Тема: Антикризисное управление

12. Раскройте понятие и сущность антикризисного управления.
13. Каковы основные причины возникновения кризисных ситуаций на предприятии? Назовите внешние и внутренние факторы, способные привести организацию к кризису.
14. Охарактеризуйте основные стратегии антикризисного управления.
15. Какова роль руководителя в период кризиса? Какие управленческие решения и меры по стабилизации являются ключевыми для выхода из кризисной ситуации?

Тема: Основы маркетинга в здравоохранении

16. Раскройте понятие и сущность маркетинга в здравоохранении. В чем заключаются особенности медицинской услуги как товара?
17. Охарактеризуйте основные субъекты рынка медицинских услуг и специфику их взаимодействия.
18. Каковы критерии и методы сегментирования рынка в здравоохранении? Приведите примеры сегментов потребителей медицинских услуг.
19. Назовите и кратко охарактеризуйте основные элементы комплекса маркетинга применительно к деятельности медицинской организации.

Тема: Маркетинговая информация и маркетинговые исследования

20. Раскройте понятие маркетинговой информации в здравоохранении. Назовите основные источники ее получения (внутренние и внешние).
21. Какие существуют методы сбора первичной маркетинговой информации применительно к медицинской сфере?
22. С какой целью и какими способами проводится анализ конкурентов на рынке медицинских услуг? Какую информацию необходимо собирать о других клиниках?
23. Как оценивается удовлетворенность пациентов качеством медицинского обслуживания и сервиса? Какие методы исследований для этого используются?

Тема: Коммуникационная политика учреждений здравоохранения

24. Раскройте понятие коммуникационной политики (продвижения) в здравоохранении. Каковы ее основные цели для медицинского учреждения?
25. Охарактеризуйте основные элементы комплекса маркетинговых коммуникаций, применимые в деятельности клиники (реклама, связи с общественностью, стимулирование сбыта).
26. В чем заключается специфика рекламы медицинских услуг и ограничения, накладываемые законодательством и этическими нормами?
27. Какова роль связей с общественностью (PR) и формирования положительного имиджа (деловой репутации) для успешной деятельности медицинской организации?

Задания для самостоятельной работы
Тема: Понятие и функции менеджмента
(6 часов самостоятельной работы)

Блок 1. Выполнение тестовых заданий (2 часа)

Задание:

Ответьте на предложенные тестовые вопросы, выбирая один или несколько правильных вариантов ответа.

Примерные тестовые задания:

1. Что является основной целью менеджмента как вида деятельности?

- а) Получение максимальной прибыли любой ценой.
- б) Создание формальной структуры организации.
- в) Обеспечение скоординированной работы коллектива для достижения целей организации.
- г) Контроль за каждым сотрудником.

2. Кто относится к руководителям среднего звена в медицинской организации?

- а) Главный врач.
- б) Заведующий отделением.
- в) Старшая медицинская сестра.
- г) Постовая медицинская сестра.

3. Какая функция менеджмента предполагает разработку будущего состояния организации и путей его достижения?

- а) Организация.
- б) Планирование.
- в) Мотивация.
- г) Контроль.

4. Какой из уровней управления тратит больше всего времени на решение оперативных задач?

- а) Высший (топ-менеджмент).
- б) Средний.
- в) Низовой (линейный).

Форма отчетности: письменные ответы на тестовые задания с указанием правильных вариантов.

Блок 2. Написание эссе (2 часа)

Задание:

Напишите краткое эссе (объем 1,5–2 страницы рукописного текста или до 3000 знаков печатного) на одну из предложенных тем (по выбору обучающегося).

Темы для эссе:

1. «Может ли руководитель медицинской организации эффективно управлять, опираясь только на интуицию, без знания теории менеджмента?»

2. «Какая из функций менеджмента (планирование, организация, мотивация или контроль) является, на мой взгляд, наиболее важной для успешной работы современной клиники?»

3. «Почему умение делегировать полномочия считается одним из ключевых навыков эффективного руководителя?»

Требования к эссе:

- наличие вступления (постановка проблемы), основной части (аргументы) и заключения (выводы);
- использование не менее 2 аргументов, подкрепленных примерами из практики или жизни;
- собственное мнение автора должно быть четко выражено.

Форма отчетности: текст эссе в письменном или электронном виде.

Блок 3. Практико-ориентированное задание (кейс) (2 часа)

Задание:

Проанализируйте предложенную ситуацию и выполните задания к ней.

Кейс: Вы назначены заведующим терапевтическим отделением городской поликлиники. В отделении работают 5 врачей-терапевтов и 8 медицинских сестер. Анализ работы за последние полгода показал:

- очередь к терапевтам в часы пик достигает 2-3 часов;
- два врача систематически опаздывают на работу на 15-20 минут;
- медсестры жалуются на нечеткие распоряжения и выполняют много лишней работы;
- пациенты оставляют негативные отзывы о работе регистратуры и отношении персонала.

При этом плановые показатели по диспансеризации населением не выполняются.

Задания:

1. Определите, какие проблемы в работе отделения относятся к сфере менеджмента (управления).

2. Сформулируйте конкретные управленческие решения (действия заведующего), направленные на решение этих проблем, распределив их по функциям менеджмента:

- решения в рамках функции планирования (какие цели поставить? что изменить в графике?);
- решения в рамках функции организации (как перераспределить задачи? кому что поручить?);
- решения в рамках функции мотивации (как повлиять на опаздывающих? как заинтересовать персонал?);
- решения в рамках функции контроля (как отследить исполнение? как оценить результат?).

Форма отчетности: письменный разбор кейса с четким выделением ответов на задания 1 и 2 в виде таблицы или структурированного текста.

Тема: Теория и практика подготовки и принятия управленческих решений (6 часов самостоятельной работы)

Блок 1. Выполнение тестовых заданий (2 часа)

Задание:

Ответьте на предложенные тестовые вопросы, выбирая один или несколько правильных вариантов ответа.

Примерные тестовые задания:

1. *Что понимается под «управленческим решением»?*

- а) Любое волеизъявление руководителя.
- б) Выбор альтернативы, направленный на достижение целей организации.
- в) Распоряжение, отданное в устной форме.
- г) Коллективное мнение трудового коллектива.

2. *К какому типу решений относится приказ главного врача о переходе на новую медицинскую информационную систему, не имеющий четких алгоритмов и стандартов?*

- а) Запрограммированное решение.
- б) Незапрограммированное решение.
- в) Операционное решение.
- г) Рутинное решение.

3. *Установите правильную последовательность этапов рационального принятия решения:*

- а) выбор альтернативы;
- б) оценка альтернатив;
- в) диагностика проблемы;

- г) реализация решения.
- д) формулировка критериев и ограничений

4. Какой метод принятия решений предполагает генерацию максимального количества идей без их критической оценки на первом этапе?

- а) Метод Дельфи.
- б) Мозговой штурм.
- в) Дерево решений.
- г) Анализ Парето.

5. Что относится к условиям неопределенности при принятии решения?

- а) Руководитель точно знает последствия каждого варианта.
- б) Руководитель может оценить вероятность наступления последствий.
- в) Руководитель не знает вероятности наступления последствий и не может их спрогнозировать.
- г) Руководитель действует по строгому регламенту.

6. Какое требование предъявляется к качественному управленческому решению?

- а) Скорость принятия (менее 5 минут).
- б) Своевременность и обоснованность.
- в) Учет мнения только вышестоящего руководства.
- г) Эмоциональная окраска.

Форма отчетности: письменные ответы на тестовые задания с фиксацией правильных вариантов.

Блок 2. Написание эссе (2 часа)

Задание:

Напишите краткое эссе (объем 1,5–2 страницы рукописного текста или до 3000 знаков печатного) на одну из предложенных тем (по выбору студента).

Темы для эссе:

1. «Интуиция или рациональный анализ: что важнее для руководителя при принятии решения в кризисной ситуации?»
2. «Почему коллегиальные решения (принимаемые группой) часто оказываются эффективнее единоличных, хотя требуют больше времени?»
3. «Согласны ли вы с утверждением, что главная ответственность за реализацию принятого решения лежит не на исполнителях, а на том, кто его принял?»

Требования к эссе:

- наличие вступления (постановка проблемы), основной части (аргументы) и заключения (выводы);
- использование не менее 2 аргументов, подкрепленных примерами из практики или жизни;
- собственное мнение автора должно быть четко выражено.

Форма отчетности: текст эссе в письменном или электронном виде.

Блок 3. Практико-ориентированное задание (кейс) (2 часа)

Задание:

Ознакомьтесь с ситуацией и разработайте проект управленческого решения, последовательно выполнив все этапы. Результаты оформите в виде таблицы или аналитической записки.

Кейс: Вы — руководитель частного медицинского центра (многопрофильная клиника). В течение последних трех месяцев наблюдается устойчивое снижение потока пациентов на платные МРТ-исследования (на 20% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года). При этом:

- аппарат МРТ загружен только на 50% (безубыточность — при загрузке 70%);
- два ближайших конкурента установили новые аппараты МРТ (более современные и с меньшим временем исследования);
- в социальных сетях появилось несколько негативных отзывов о долгом ожидании результатов и невнимательном отношении администраторов;
- ваш главный рентгенолог предлагает снизить цены на 15%, чтобы привлечь пациентов;
- финансовый директор предупреждает, что снижение цен сделает услугу убыточной.

Задания:

1. Диагностика проблемы. Сформулируйте проблему точно и конкретно (не просто «спад продаж», а в чем именно корень?).

2. Сбор информации и ограничения. Перечислите, какой дополнительной информации вам не хватает для принятия решения. Определите основные ограничения (финансовые, кадровые, временные, этические).

3. Разработка альтернатив. Предложите не менее трех различных вариантов решения проблемы (не ограничиваясь идеей главврача или финдиректора).

4. Оценка и выбор альтернативы. Сравните предложенные варианты по критериям: стоимость, скорость реализации, риск, влияние на репутацию. Выберите оптимальный, на ваш взгляд, вариант и обоснуйте свой выбор.

5. План реализации. Опишите первые 3-4 шага, которые необходимо сделать для реализации выбранного решения.

Форма отчетности: письменное выполнение всех пяти пунктов задания в виде структурированного документа (аналитическая записка или таблица с комментариями).

Тема: Антикризисное управление (4 часа самостоятельной работы)

Блок 1. Написание эссе (2 часа)

Задание:

Напишите краткое эссе (объем 1,5–2 страницы рукописного текста или до 3000 знаков печатного) на одну из предложенных тем (по выбору студента).

Темы для эссе:

«Внешние и внутренние факторы кризиса: что чаще становится причиной банкротства организаций и почему?»

«Может ли грамотное антикризисное управление не только спасти предприятие, но и вывести его на новый уровень развития?»

«Стратегия сокращения расходов vs стратегия инвестирования в развитие: какой путь эффективнее в условиях кризиса?»

Требования к эссе:

- наличие вступления (постановка проблемы), основной части (аргументы) и заключения (выводы);
- использование не менее 2 аргументов, подкрепленных примерами из практики или жизни;
- собственное мнение автора должно быть четко выражено.

Форма отчетности: текст эссе в письменном или электронном виде.

Блок 2. Решение кейса (практико-ориентированное задание) (2 часа)

Задание:

Ознакомьтесь с ситуацией, выполните анализ и предложите программу выхода из кризиса. Ответы оформите в виде аналитической записки.

Кейс: частный многопрофильный медицинский центр «Здоровье+» работает на рынке 8 лет. Основные направления: консультации

специалистов, диагностика (УЗИ, лаборатория) и дневной стационар. За последние полгода центр столкнулся со следующими проблемами:

- выручка снизилась на 30% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года;
- два ключевых врача (кардиолог и невролог) уволились и перешли в конкурирующую клинику, забрав с собой часть постоянных пациентов;
- арендодатель уведомил о повышении арендной платы на 20% с нового квартала;
- в социальных сетях появилась волна негативных отзывов из-за увеличения времени ожидания результатов анализов (лаборатория не справляется с объемом из-за сокращения лаборантов);
- на счету организации остались средства только на 1,5 месяца работы при текущем уровне расходов.

Задания:

1. Диагностика кризиса. Определите стадию кризиса, в которой находится медицинский центр (стратегический кризис, кризис прибыльности, кризис ликвидности). Выделите ключевые внутренние и внешние факторы, усугубляющие ситуацию.

2. Разработка антикризисных мер. Предложите комплекс мероприятий (не менее 5), направленных на стабилизацию положения, сгруппировав их по направлениям:

- меры по сокращению расходов (без потери качества услуг);
- меры по увеличению доходов (привлечение пациентов, новые услуги);
- меры по работе с персоналом (удержание ключевых сотрудников, мотивация);
- меры по управлению репутацией (работа с отзывами, коммуникации).

3. Обоснование приоритетов. Какие три меры вы реализуете в первую очередь (первая неделя)? Почему?

4. Прогноз результатов. Опишите, как изменится состояние клиники через 3 месяца в случае успешной реализации вашей программы.

Форма отчетности: письменная аналитическая записка с четкими ответами на все четыре задания. Записка должна содержать заголовки разделов и конкретные предложения.

**Тема: Основы маркетинга в здравоохранении
(4 часа самостоятельной работы)**

Блок 1. Аналитическое задание (сравнительный анализ) (2 часа)

Задание:

Проведите сравнительный анализ маркетинговой деятельности двух медицинских организаций (на выбор студента) по предложенным критериям. Результаты оформите в виде аналитической таблицы и краткого вывода.

Порядок выполнения:

Выберите для анализа две медицинские организации (например, государственная поликлиника и частный медицинский центр или две частные клиники разного профиля), работающие в вашем городе/регионе. Допускается использование информации с официальных сайтов и страниц в социальных сетях.

Изучите информацию об этих организациях, обращая внимание на их позиционирование, перечень услуг, цены, способы коммуникации с пациентами.

Заполните сравнительную таблицу по следующим критериям:

Критерий сравнения	Организация А (название)	Организация Б (название)
Целевая аудитория (на кого ориентирована)		
Перечень основных услуг		
Ценовая политика (премиум, средний, эконом)		
Местоположение и удобство записи		
Коммуникации (сайт, соцсети, реклама)		
Ключевое конкурентное преимущество		

Сформулируйте письменный вывод (0,5–1 страница), в котором:

1. Оцените, какая из организаций ведет более активную маркетинговую политику.
2. Определите, какие элементы комплекса маркетинга (4Р) используются каждой организацией наиболее эффективно.
3. Дайте рекомендации по улучшению маркетинговой деятельности для одной из организаций (на ваш выбор).

Форма отчетности: письменная работа, содержащая заполненную таблицу и развернутый вывод.

Блок 2. Решение кейса (практико-ориентированное задание) (2 часа)

Задание:

Ознакомьтесь с ситуацией и разработайте маркетинговые рекомендации для открывающегося медицинского центра. Ответы оформите в виде аналитической записки или презентации.

Кейс: в спальном районе крупного города открывается новый частный медицинский центр «Семейный доктор». Основные направления:

- консультации терапевта, педиатра, гинеколога;
- проведение УЗИ и функциональной диагностики;
- собственная клиничко-диагностическая лаборатория (забор анализов);
- дневной стационар (капельницы, уколы).

Центр рассчитан на 15–20 посещений в смену, оборудован современной техникой. Бюджет на маркетинг на первый год ограничен (небольшая сумма на рекламу и продвижение). В районе уже есть одна государственная поликлиника и две частные клиники (одна эконом-класса, другая премиум).

Задания:

1. Сегментирование рынка. Предложите варианты сегментирования потенциальных пациентов в данном районе (по демографическим, поведенческим и иным критериям). Опишите 2–3 возможных сегмента.

2. Выбор целевой аудитории. Какой сегмент (или сегменты) вы порекомендуете выбрать центру «Семейный доктор» в качестве приоритетного? Обоснуйте свой выбор, учитывая ограниченный маркетинговый бюджет и конкурентную среду.

3. Позиционирование. Сформулируйте ключевое сообщение для рекламной кампании, которое будет отражать позиционирование клиники (чем она отличается от конкурентов, почему пациенты должны выбрать именно её).

4. Комплекс маркетинга (4Р). Предложите конкретные рекомендации по каждому элементу комплекса маркетинга для привлечения выбранной целевой аудитории:

- услуга: Какие услуги нужно подчеркнуть или добавить?
- цена: Какая ценовая политика будет оптимальной (скидки, абонементы, пакетные предложения)?
- место: Как организовать удобную запись и прием (онлайн-запись, напоминания, график работы)?

- продвижение: Какие каналы продвижения (бесплатные или малобюджетные) использовать в первую очередь (соцсети, сарафанное радио, листовки, сотрудничество с аптекой рядом)?

Форма отчетности: письменное выполнение всех четырех заданий в виде структурированной аналитической записки. Допускается оформление в виде краткой презентации (4–5 слайдов).

Тема: Маркетинговая информация и маркетинговые исследования (4 часа самостоятельной работы)

Блок 1. Разработка инструментария для сбора информации (2 часа)

Задание:

Разработайте проект анкеты для проведения опроса пациентов с целью изучения их удовлетворенности качеством услуг в медицинской организации. Анкета должна быть готовым инструментом для сбора первичной маркетинговой информации.

Порядок выполнения:

1. Определите цель и задачи исследования (что именно вы хотите выяснить с помощью анкеты). Например, оценка качества приема, удовлетворенность работой персонала, востребованность дополнительных услуг, лояльность пациентов и т.д.

2. Сформулируйте не менее 10–12 вопросов, которые позволят достичь поставленной цели. Вопросы должны быть разнообразными по форме:

- закрытые вопросы (с вариантами ответов) — не менее 5;
- открытые вопросы (свободный ответ) — не менее 2;
- оценочные шкалы (например, от 1 до 5) — не менее 3.

3. Включите в анкету «паспортичку» (социально-демографические вопросы): пол, возраст, частота посещений клиники и т.п.

4. Продумайте структуру анкеты: приветствие, пояснение цели опроса, основная часть, благодарность за участие.

Требования к анкете:

- четкость и однозначность формулировок вопросов;
- логическая последовательность вопросов;
- отсутствие наводящих вопросов, искажающих ответ;
- удобство для респондента (простота заполнения).

Форма отчетности: готовая анкета, оформленная в печатном или рукописном виде, с указанием цели исследования и краткими пояснениями к структуре (что каким вопросом выясняется).

Блок 2. Решение кейса «Планирование маркетингового исследования» (2 часа)

Задание:

Ознакомьтесь с ситуацией. Разработайте программу маркетингового исследования, направленного на решение управленческой задачи. Ответы оформите в виде аналитической записки.

Кейс: руководство стоматологической клиники «Дента-Люкс» (частная клиника в центре города, работающая 5 лет) фиксирует снижение числа первичных обращений (новых пациентов) на 15% в течение последних 8 месяцев. При этом:

- клиника имеет хорошую репутацию среди постоянных пациентов (высокий процент повторных обращений);
- бюджет на маркетинг сокращен, поэтому проведение масштабных исследований невозможно;
- конкуренты (две ближайшие клиники) активизировали рекламу в социальных сетях и запустили акции на первичный прием;
- у клиники есть собственная база данных пациентов (с их согласия на обработку данных) и активная группа в социальных сетях (около 2000 подписчиков);
- руководитель клиники ставит перед вами задачу: понять, почему падает поток новых пациентов, и получить информацию для корректировки маркетинговой стратегии.

Задания:

1. Определите цель и задачи исследования. Сформулируйте главную цель и 3–4 конкретные задачи, которые должно решить исследование.

2. Сформулируйте гипотезы. Предложите 2–3 гипотезы о возможных причинах снижения первичных обращений (например, «пациенты не знают о клинике», «высокие цены отпугивают», «неудобная запись» и т.п.).

3. Выберите методы сбора информации. Какие методы сбора первичной и/или вторичной информации вы предложите использовать, учитывая ограниченный бюджет? Обоснуйте свой выбор. Рассмотрите:

- возможность использования внутренних источников (база данных, анализ отзывов);
- проведение опроса (кого и как опрашивать?);
- анализ деятельности конкурентов (каким способом?).

4. Разработайте план-график исследования. Предложите последовательность этапов исследования и примерные сроки их выполнения (в днях).

5. Определите формат отчета. Опишите, в каком виде вы представите результаты руководству клиники (таблицы, диаграммы, отчет с выводами и рекомендациями).

Форма отчетности: письменная аналитическая записка, содержащая четкие и обоснованные ответы на все пять заданий. Записка должна демонстрировать логику планирования исследования.

**Тема: Коммуникационная политика учреждений здравоохранения
(4 часа самостоятельной работы)**

Блок 1. Аналитическое задание (анализ коммуникаций) (2 часа)

Задание:

Проведите анализ коммуникационной политики одной медицинской организации (на выбор студента) по предложенным критериям. Результаты оформите в виде аналитического отчета с выводами и рекомендациями.

Порядок выполнения:

1. Выберите медицинскую организацию (государственную или частную клинику, диагностический центр и т.п.), работающую в вашем регионе и имеющую представленность в интернете (сайт и социальные сети).

2. Изучите все доступные каналы коммуникации данной организации:

- официальный сайт (структура, контент, удобство для пациента, наличие информации об услугах и ценах);
- социальные сети (ВКонтакте, Telegram, Одноклассники и др.): регулярность постов, тематика, вовлеченность аудитории (лайки, комментарии), наличие отзывов и реакция на них;
- внешняя реклама (если есть): вывески, баннеры, листовки (можно оценить по фото или личным наблюдениям);
- коммуникации в поисковых системах (как организация представлена в поиске, есть ли отзывы на картах/Яндекс.Картах).

3. Проведите анализ по следующим критериям и заполните таблицу:

Канал коммуникации	Оценка (0-5)	Сильные стороны	Слабые стороны
Официальный сайт			
Социальные сети			
Работа с отзывами			
Внешняя коммуникация (вывески, реклама)			

4. Сформулируйте выводы и рекомендации (1–1,5 страницы):

- дайте общую оценку коммуникационной политики организации (активная/пассивная, системная/хаотичная);

- определите, какие каналы используются наиболее эффективно, а какие требуют доработки;
- предложите 3–4 конкретные рекомендации по улучшению коммуникационной политики данной организации (например, «добавить на сайт онлайн-запись», «регулярно отвечать на отзывы в соцсетях», «публиковать экспертные статьи врачей»).

Форма отчетности: письменный аналитический отчет, содержащий заполненную таблицу и развернутые выводы с рекомендациями.

Блок 2. Решение кейса (проектное задание) (2 часа)

Задание:

Ознакомьтесь с ситуацией. Разработайте проект коммуникационной кампании для медицинского центра, направленной на решение поставленной задачи. Результаты оформите в виде плана кампании.

Кейс: медицинский центр «Медика+» специализируется на диагностике и лечении заболеваний опорно-двигательного аппарата (ортопедия, неврология, реабилитация). Центр работает 3 года, имеет современное оборудование, опытных врачей (в том числе кандидатов наук), но известен преимущественно в узких кругах и среди постоянных пациентов. Центр открыл новое направление — «Школа здоровья спины» (групповые и индивидуальные занятия с инструктором ЛФК, обучение правильным двигательным привычкам, профилактика болей в спине). Услуга платная, рассчитана на людей среднего и старшего возраста (35–60 лет), которые ведут малоподвижный образ жизни или уже имеют проблемы со спиной на ранних стадиях.

Задача: привлечь пациентов на новое направление, сформировать его известность в городе. Бюджет на кампанию ограничен, но достаточен для активного продвижения в интернете и печатной продукции.

Задания:

1. Определите цели коммуникационной кампании. Сформулируйте 2–3 измеримые цели (например, «привлечь не менее 50 новых пациентов за первый месяц», «повысить узнаваемость направления среди целевой аудитории»).

2. Опишите целевую аудиторию. Уточните портрет потенциального пациента для «Школы здоровья спины» (пол, возраст, профессия, образ жизни, боли, страхи, потребности).

3. Разработайте ключевое сообщение. Сформулируйте главную идею, которая будет транслироваться в коммуникациях (чем полезна школа,

почему пациент должен выбрать именно «Медика+»). Придумайте слоган (короткую фразу) для кампании.

4. Выберите каналы коммуникации. Какие каналы вы будете использовать для донесения информации до целевой аудитории? Для каждого канала кратко опишите, что именно будет размещаться:

- социальные сети (какие? какой контент: посты, видео, прямые эфиры с врачом?);
- сайт клиники (создание отдельной страницы, статьи);
- наружная реклама (листовки в аптеках, фитнес-центрах, поликлиниках);
- работа с отзывами и сарафанное радио;
- сотрудничество с партнерами (например, аптеки, магазины спорттоваров, фитнес-клубы).

5. Предложите план мероприятий. Составьте примерный план кампании на первый месяц с указанием ключевых активностей (например, неделя 1: запуск постов в соцсетях и таргетинга; неделя 2: бесплатный вебинар врача; неделя 3: распространение листовок; неделя 4: акция на первое занятие).

6. Предложите способы оценки эффективности. Как вы поймете, что кампания сработала успешно? (например, количество звонков/записей, переходы на сайт, опрос новых пациентов).

Форма отчетности: письменный проект коммуникационной кампании, содержащий ответы на все шесть заданий в структурированном виде (допускается оформление в виде таблиц, списков и кратких пояснений).

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Примерные вопросы текущего контроля:

Тема: Понятие и функции менеджмента

1. Дайте определение понятию «менеджмент». Каковы его основные цели и задачи в деятельности организации?

2. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные функции менеджмента (планирование, организация, мотивация, контроль).

3. Раскройте сущность понятий «уровни управления» и опишите, какие руководители относятся к каждому из уровней (высшему, среднему, низовому).

Тема: Теория и практика подготовки и принятия управленческих решений

4. Дайте определение понятию «управленческое решение». Назовите основные этапы процесса его подготовки и принятия.

5. В чем отличие запрограммированных и незапрограммированных управленческих решений? Приведите примеры.

6. Какие методы принятия решений относятся к коллегиальным (групповым), а какие — к индивидуальным?

Тема: Антикризисное управление

7. Дайте определение понятию «антикризисное управление». Назовите основные причины возникновения кризисной ситуации на предприятии.

8. Каковы основные стратегии вывода предприятия из кризиса (стратегия сокращения расходов, стратегия обновления и др.)?

9. Перечислите основные меры по стабилизации финансового состояния организации в условиях кризиса.

Тема: Основы маркетинга в здравоохранении

10. Дайте определение маркетинга в здравоохранении. В чем заключаются особенности медицинской услуги как товара?

11. Назовите основные субъекты рынка медицинских услуг и охарактеризуйте роль пациента в этом процессе.

12. Перечислите основные элементы комплекса маркетинга (4P) применительно к медицинской организации.

Тема: Маркетинговая информация и маркетинговые исследования

13. Дайте определение маркетингового исследования. С какой целью медицинские организации проводят такие исследования?

14. Назовите основные источники получения вторичной маркетинговой информации в здравоохранении.

15. Какие методы сбора первичной информации (опрос, наблюдение, эксперимент) наиболее применимы для изучения мнения пациентов?

Тема: Коммуникационная политика учреждений здравоохранения

16. Раскройте понятие коммуникационной политики (продвижения) медицинской организации.

17. Перечислите основные элементы комплекса маркетинговых коммуникаций, используемые в здравоохранении (реклама, PR, стимулирование сбыта и др.).

18. В чем заключается роль интернет-маркетинга (сайт, социальные сети) в продвижении современных клиник?

Таблица 5

Шкала оценивания промежуточной аттестации

<i>Сумма баллов за все виды учебной деятельности</i>	<i>По государственной шкале</i>	<i>По шкале ECTS</i>
90-100	«Отлично»	A
80-89	«Хорошо»	B
75-79		C
70-74		D
60-69	«Удовлетворительно»	E
35-59	«Неудовлетворительно»	FX
0-34		F

Таблица 6

Критерии оценивания слушателя на промежуточной аттестации

Оценка	Требования к знаниям
«Отлично»	Слушатель показал достаточно глубокие знания теоретического материала по дисциплине, умение связать теоретические знания с практикой, выстроил четкую и аргументированную позицию при ответе на вопрос. Демонстрирует свободное владение информацией по рассматриваемой проблематике, представляет полные и по существу ответы на дополнительные вопросы.
«Хорошо»	Слушатель изложил теоретический материал без существенных неточностей, однако были затруднения с обоснованием собственной позицией, ответами на дополнительные вопросы.
«Удовлетворительно»	Показаны поверхностные знания, владеет только основными категориями, в ответе допускаются неточности, собственная позиция недостаточно аргументирована, вызывает затруднения обоснование связи теоретического материала с управленческой практикой, дополнительные вопросы вызывают затруднения.
«Неудовлетворительно»	Слушатель не отвечает по существу на поставленный вопрос, либо допускает грубые ошибки в ответе, затрудняется с приведением примеров.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Слушателям рекомендуется при изучении лекционных материалов обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Целесообразно в рабочих конспектах формировать поля, на которых возможно делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных положений.

В ходе изучения практических вопросов в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, решение задач.

При подготовке к промежуточной аттестации слушатель должен освоить актуальный тезаурус, повторить материал лекционных и практических занятий.

7.1. Нормативно-правовые документы

1. Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01 июля 2020 г. // Президент России : [сайт]. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/constitution> (дата обращения: 09.03.2026).

2. Федеральный закон «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации»: принят Государственной Думой 01 ноября 2011 г., одобрен Советом Федерации 09 ноября 2011 г. // Консультант Плюс : [сайт]. – URL:

https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_121895/?ysclid=mmis8сburq127134885 (дата обращения: 09.03.2026).

7.2. Основная литература

1. Основы менеджмента : учебное пособие / Л. Г. Борисова, А. Л. Гапоненко, А. Г. Дмитриев [и др.]. – Москва : Дело РАНХиГС, 2025. – 416 с. – ISBN 978-5-85006-669-7. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/511213> (дата обращения: 09.03.2026). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Мальцева, О. В. Основы маркетинга : учебно-методическое пособие / О. В. Мальцева. – Москва : Дело РАНХиГС, 2021. — 218 с. — ISBN 978-5-6042500-9-9. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/467999> (дата обращения: 09.03.2026). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Дегтярева, Я. В. Основы маркетинга : учебное пособие / Я. В. Дегтярева, Л. В. Крылова. – Донецк : ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2024. – 155 с. – ISBN 978-5-00202-727-9. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/481790> (дата обращения: 09.03.2026). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.3. Дополнительная литература

1. Цветков, А. Н. Основы менеджмента : учебник для СПО / А. Н. Цветков. – 5-е изд., стер. – Санкт-Петербург : Лань, 2025. – 192 с. – ISBN 978-5-507-51152-5. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/505860> (дата обращения: 09.03.2026). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Абрамкина, С. Р. Основы менеджмента : учебное пособие / С. Р. Абрамкина. – Москва : Дело РАНХиГС, 2023. – 129 с. – ISBN 978-5-91970-080-7. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/468008> (дата обращения: 09.03.2026). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Солодовников, Ю. Л. Экономика и управление в здравоохранении : учебное пособие для вузов / Ю. Л. Солодовников. – Санкт-Петербург : Лань, 2026. – 312 с. – ISBN 978-5-507-55959-6. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/512272> (дата обращения: 09.03.2026). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Управление клиентоориентированной компанией. Основные теоретические и методологические подходы к исследованию : монография / В. А. Ребязина, М. М. Смирнова, О. В. Гулакова, О. А. Кусраева ; под научной редакцией В. А. Ребязиной, М. М. Смирновой. – Москва : Высшая школа экономики, 2023. – 280 с. – ISBN 978-5-7598-2836-5. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/430337> (дата обращения: 09.03.2026). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.4. Интернет ресурсы

1. Официальный сайт Министерства здравоохранения Российской Федерации. [Электронный ресурс]. – URL: <https://minzdrav.gov.ru/ministry/61> (дата обращения: 10.03.2026).

2. Официальный сайт журнала «Здравоохранение Российской Федерации». [Электронный ресурс]. – URL:

<https://www.rfhealth.ru/jour/index?ysclid=mmitsdn4tk207776353> (дата обращения: 10.03.2026).

3. Официальный сайт журнала «Маркетинг в России и за рубежом». [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.mavriz.ru> (дата обращения: 10.03.2026).

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа обеспечена условиями для функционирования электронной информационно-образовательной среды, включающей в себя электронные информационные ресурсы, электронные образовательные ресурсы, совокупность информационных технологий, телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств и обеспечивающей освоение обучающимися слушателями дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки в полном объеме независимо от места нахождения слушателей.

Учебный процесс реализуется с применением системы электронного обучения в системе СДО Академии (АСУО). Материалы дисциплины размещены по ссылке <https://donetsk.gosedu.ru/programs>. Контактная работа со слушателями осуществляется с применением дистанционных образовательных технологий в режиме видеоконференций на платформе МТС Линк.

Доступ к средствам дистанционного обучения предоставляется в режиме 24 часа в сутки 7 дней в неделю без учета объемов потребляемого трафика за исключением перерывов для проведения необходимых ремонтных и профилактических работ при обеспечении совокупной доступности услуг не менее 99,5% в месяц.

Для обучения слушателям необходимы наличие стандартного пакета Windows (лицензионные программные продукты Microsoft Office), интернет-браузера и подключение к информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

9. ИНДИКАТОРЫ СФОРМИРОВАННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКА ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины, у слушателя должны быть сформированы компетенции:

Компетенции (код, содержание)	Индикаторы
<p>ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знания экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Владеет навыками анализа и решения типовых управленческих задач в деятельности медицинской организации (учреждения здравоохранения) с использованием инструментов менеджмента и маркетинга. 2. Знает основные категории и закономерности экономической, организационной и управленческой теории применительно к системе здравоохранения. 3. Знает принципы организации деятельности медицинских учреждений различных форм собственности. 4. Демонстрирует знания теоретических основ маркетинга в здравоохранении. 5. Умеет применять понятийно-категориальный аппарат менеджмента и маркетинга для анализа конкретных ситуаций, возникающих в процессе управления медицинской организацией. 6. Умеет обобщать успешный опыт управления медицинскими организациями и адаптировать его для решения конкретных задач в своей профессиональной области
<p>ОПК-2. Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Владеет навыками сбора первичных и вторичных данных о деятельности медицинской организации, их статистической обработки и анализа с использованием современных информационно-аналитических систем. 2. Использует методы интерпретации полученных результатов для обоснования управленческих решений и маркетинговых стратегий. 3. Умеет применять современные методики сбора данных в здравоохранении. 4. Умеет применять современные методы обработки и анализа данных. 5. Демонстрирует знания теоретических основ организации исследовательской деятельности применительно к изучению рынка медицинских услуг и внутренней среды медицинской организации. 6. Умеет выбирать адекватные методики

	<p>сбора данных для решения конкретных управленческих или маркетинговых задач в медицинской организации.</p> <p>7. Умеет применять современные методы статистического и сравнительного анализа для обработки данных о деятельности учреждения здравоохранения.</p> <p>8. Умеет использовать результаты анализа данных для выявления проблем в управлении и формирования гипотез для их решения.</p>
<p>СК-1. Способен организовывать и направлять коммерческую деятельность предприятия в соответствии с законодательными и нормативными требованиями для достижения финансовой эффективности, удовлетворения нужд потребителей, укрепления деловой репутации и обеспечения стабильности при эффективном использовании ресурсов и соблюдении предоставленных полномочий</p>	<p>1. Владеет опытом поиска баланса между достижением финансовой эффективности, удовлетворением потребностей пациентов и соблюдением врачебной этики.</p> <p>2. Знает факторы, влияющие на удовлетворенность потребителей (пациентов) качеством медицинской помощи и сервиса, и их связь с деловой репутацией клиники.</p> <p>3. Умеет выявлять и прогнозировать потребности целевых групп пациентов для формирования востребованного предложения медицинских услуг, способствующего укреплению деловой репутации.</p>