


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		



УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета ИМЭиФК УлГУ
Протокол № 10/210 от «19» _____ 06 _____ 2019 г.

Председатель

В.И. Мидленко

(подпись, расшифровка подписи)

«19» _____ 06 _____ 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплина:	Маркетинг в здравоохранении
Факультет	медицинский
Кафедра:	Общественного здоровья и здравоохранения (ОЗЗ)
Курс	V

Направление (специальность) 31.05.01 “Лечебное дело”

Направленность (профиль/специализация) _____

Форма обучения очная

Дата введения программы в учебный процесс УлГУ: «1» сентября 2018 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 1 от 29 августа 2022 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № ___ от _____ 20 __ г.

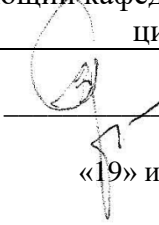
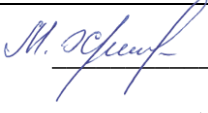
Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № ___ от _____ 20 __ г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № ___ от _____ 20 __ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № ___ от _____ 20 __ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Горбунов В.И.	ОЗЗ	Зав. кафедрой, д.м.н., профессор
Возженникова Г.В.	ОЗЗ	Доцент, к.м.н., доцент
Исаева И.Н.	ОЗЗ	Доцент, к.м.н.

СОГЛАСОВАНО	СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой, реализующей дисциплину	Заведующий выпускающей кафедрой
 /Горбунов В.И./ «19» июня 2019 г.	 / Визе-Хрипунова М.А./ «19» июня 2019 г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «МАРКЕТИНГ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ»

Цели освоения дисциплины: овладение теоретическими основами маркетинга в здравоохранении

Задачи освоения дисциплины:

- Изучение основных понятий и принципов маркетинга в здравоохранении
- Изучение принципов ценообразования в здравоохранении
- Изучение особенностей рынка медицинских услуг
- Изучение принципов маркетинговой деятельности медицинской организации

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:


В соответствии с Учебным планом дисциплина «Маркетинг в здравоохранении» относится к вариативной части дисциплин специальности 31.05.01 «Лечебное дело» высшего медицинского образования, является дисциплиной по выбору и изучается в девятом семестре.

Освоение дисциплины «Маркетинг в здравоохранении» базируется на знаниях, умениях и навыках, формируемых предшествующими дисциплинами: «Основы предпринимательского права», «Социальное предпринимательство», «Основы проектного управления», «История регионального здравоохранения», «Общественное здоровье и здравоохранение», «Современные медицинские информационные системы».

Учебная дисциплина «Маркетинг в здравоохранении» позволяет студентам получить необходимые знания, умения и навыки при освоении последующих дисциплин: «Организация лекарственного обеспечения населения», «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (помощник врача амбулаторно-поликлинического учреждения)», «Актуальные вопросы гинекологии», «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена».

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МАРКЕТИНГ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ» СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ в соответствии с ФГОС ВО

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ОПК-3 - способность использовать основы экономических и правовых знаний в профессиональной деятельности	<p>Знать основные тенденции развития рыночных отношений в сфере здравоохранения</p> <p>Уметь -применять основы экономических знаний в анализе рынка медицинских услуг</p> <p>Владеть -навыками применения экономических знаний в оценке стоимости различных видов медицинских услуг</p>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		


ПК-17 - способность к применению основных принципов организации и управления в сфере охраны здоровья граждан, в медицинских организациях и их структурных подразделениях	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы маркетинга и его применение в здравоохранении; - особенности рынка в здравоохранении и специфику медицинских услуг; - основы ценообразования в сфере медицинских услуг; - основы маркетинговой деятельности медицинской организации <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - провести анализ маркетинговой деятельности медицинской организации; - изучить потребность населения в медицинских услугах; - провести анализ рынка медицинских услуг <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами расчета цен на медицинские товары и услуги;
---	---

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 2 ЗЕТ

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах):

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>очная</u>)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		9
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	54	54
Аудиторные занятия:	54	54
Лекции	-	-
Практические и семинарские занятия	54	54
Лабораторные работы, практикумы	-	-
Самостоятельная работа	18	18
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контрольная работа, коллоквиум, реферат и др.	Собеседование по вопросам темы, решение задачи, доклад	Собеседование по вопросам темы, решение задачи, доклад
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	зачет	зачет


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

Всего часов по дисциплине	72	72
---------------------------	----	----

4.3. Содержание дисциплины (модуля.) Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения _____ очная _____

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий				Формы текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия		Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия			
1	2	3	4	5	6	7
1.История развития маркетинговой деятельности в здравоохранении. Теоретические основы маркетинга	9	-	6	1	3	Собеседование по вопросам темы занятия, доклад
2.Маркетинг в здравоохранении	15	-	12	1	3	Собеседование по вопросам темы занятия, доклад
3.Рынок медицинских услуг и рыночные отношения в здравоохранении	15	-	12	1	3	Собеседование по вопросам темы, решение задачи, доклад
4.Стратегия ценообразования на рынке медицинских услуг	9	-	6	1	3	Собеседование по вопросам темы, решение задачи, доклад
5.Реклама медицинских услуг	9	-	6	1	3	Собеседование по вопросам темы, решение задачи, доклад
6.Маркетинговая деятельность медицинской организации.	15	-	12	1	3	Собеседование по вопросам темы, решение

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

Маркетинг и предпринимательство.						задачи, доклад
Всего	72	-	54	6	18	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Тема 1. История развития маркетинговой деятельности в здравоохранении. Теоретические основы маркетинга

Содержание темы:

Возникновение и исторические этапы развития маркетинга. История возникновения маркетинга в здравоохранении. Основные термины и понятия (маркетинг, маркетолог, нужда, потребность, спрос, товар, обмен, сделка, рынок). Основные функции маркетинга. Управление маркетингом. Концепции управления маркетингом.

Тема 2. Маркетинг в здравоохранении

Содержание темы:

Определение понятий «маркетинг в здравоохранении» и «маркетинговое управление». Сущность и особенности маркетинга в здравоохранении. Цель, задачи, функции маркетинга в здравоохранении. Субъекты маркетинга. Виды маркетинга в здравоохранении. Маркетинговое управление. Маркетинговая среда. Товар в маркетинге здравоохранения.

Тема 3. Рынок медицинских услуг и рыночные отношения в здравоохранении

Содержание темы:

Рынок медицинских услуг. Специфика рынка медицинских услуг в отличие от стандартного конкурентного рынка. Особенности сегментирования рынка медицинских услуг. Критерии сегментирования рынка медицинских услуг. Позиционирование на рынке медицинских услуг. Рынок общественного здоровья. Типология потребителей. Факторы, оказывающие влияние на поведение покупателя. Анализ рынка. Механизм функционирования рынка. Изучение спроса и предложения медицинских услуг.

Тема 4. Стратегия ценообразования на рынке медицинских услуг

Содержание темы:


Цена. Виды цен, наиболее часто употребляемые в рыночной практике. Факторы, определяющие особенности ценообразования в медицинской организации. Методы ценообразования. Определение себестоимости медицинской услуги и ее прибыль. Понятие рентабельности. Виды цен на медицинские услуги в РФ. Стратегия ценообразования в здравоохранении.

Тема 5. Реклама медицинских услуг

Содержание темы:

Реклама, экономическое значение. Условия успешной рекламной деятельности. Задачи рекламы. Виды рекламы. Роль рекламы в продвижении товара на рынке медицинских услуг. Особенности рекламы в здравоохранении, законодательные основы. Товарный знак.

Тема 6. Маркетинговая деятельность медицинской организации. Маркетинг и предпринимательство.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

Содержание темы:

Основные задачи маркетинговой службы медицинской организации. Маркетинг в медицинских организациях. Цели маркетинговой деятельности медицинской организации. Основные направления маркетинговой деятельности МО. Принципы организации маркетинговых исследований. Методы маркетингового исследования. Этапы составления и проведения маркетинговых исследований.

Законодательные основы предпринимательства в РФ. Предпринимательство в здравоохранении. Основные формы предпринимательской деятельности. Лицензирование и аккредитация деятельности производителей медицинских услуг. Бизнес-планирование медицинской организации.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1: История развития маркетинговой деятельности в здравоохранении. Теоретические основы маркетинга

(Форма проведения – практическое занятие)

Вопросы для обсуждения на занятии:

1. Маркетинг. Определение.
2. История возникновения маркетинга в здравоохранении
3. Основные термины и понятия: нужда, потребность, товар, запрос, обмен, сделка.
4. Принципы маркетинга.
5. Цель и задачи маркетинга.
6. Основные функции маркетинга.

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Возникновение и исторические этапы развития маркетинга
2. Зарубежный опыт в области маркетинга в здравоохранении.
3. Концепции управления маркетингом

Тема 2: Маркетинг в здравоохранении

(Форма проведения – практическое занятие)

Вопросы для обсуждения на занятии:

1. Определение понятия «маркетинг в здравоохранении».
2. Виды маркетинга в здравоохранении (медицинских услуг, организаций, отдельных лиц, мест, идей)
3. Цель, задачи, функции маркетинга в здравоохранении.
4. Управление маркетингом. Концепции управления маркетингом.
5. Задачи управления маркетингом
6. Этапы управления маркетингом.
7. Маркетинговые исследования. Этапы маркетинговых исследований.


Вопросы для самостоятельного изучения

1. Основные подходы, концепции маркетинговой деятельности организации.
2. Маркетинговая среда (макро и микро среда)

Тема 3: Рынок медицинских услуг и рыночные отношения в здравоохранении

(Форма проведения – практическое занятие)

Вопросы для обсуждения на занятии:

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

1. Рынок медицинских услуг. Основные характеристики и понятия.
2. Спрос. Виды спроса.
3. Изучение спроса и предложения медицинских услуг.
4. Сегментация рынка. Основные принципы сегментации рынка в здравоохранении.
5. Критерии выбора сегмента рынка
6. Анализ рынка. Механизм функционирования рынка.
7. Характеристика групп потребителей на рынке медицинских услуг.
8. Факторы, оказывающие влияние на поведение покупателя.

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Позиционирование товара на рынке медицинских услуг.
2. Рынок общественного здоровья.

Тема 4: Стратегия ценообразования на рынке медицинских услуг

(Форма проведения – практическое занятие)

Вопросы для обсуждения на занятии:

1. Цена. Основные составляющие (себестоимость, прибыль)
2. Рентабельность.
3. Основные этапы расчета цены.
4. Цена медицинской услуги на одного полеченного больного по данной нозологической форме.
5. Виды цен на медицинские услуги.
6. Эластичность спроса по цене.

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Выбор стратегии ценообразования. Ценовая конкуренция в здравоохранении.
2. Концепция жизненного цикла медицинской услуги как критерий выбора маркетинговой стратегии

Тема 5: Реклама медицинских услуг

Форма проведения – практическое занятие)

Вопросы для обсуждения на занятии:

1. Реклама, экономическое значение.
2. Условия успешной рекламной деятельности.
3. Задачи рекламы.
4. Виды рекламы.
5. Роль рекламы в продвижении товара на рынке медицинских услуг.
6. Реклама в здравоохранении, законодательные основы.

Вопросы для самостоятельного изучения:


1. Товарный знак.
2. Особенности рекламной деятельности в современном здравоохранении.

Тема 6: Маркетинговая деятельность медицинской организации. Маркетинг и предпринимательство.

(Форма проведения – практическое занятие)

Вопросы для обсуждения на занятии:

1. Комплекс маркетинга. Основные категории (продукт, цена, место продажи, продвижение продукта).

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

2. Основные задачи маркетинговой службы медицинской организации.
3. Основные цели медицинской организации, ориентированной на применение маркетинга.
4. Оптимальный алгоритм выхода медицинской организации на рынок медицинских услуг.
5. Принципы организации маркетинговых исследований.
6. Методы маркетингового исследования.
7. Этапы составления и проведения маркетинговых исследований.

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Законодательные основы предпринимательства в РФ.
2. Основные формы предпринимательской деятельности в здравоохранении.
3. Лицензирование и аккредитация производителей медицинских услуг.
4. Бизнес-планирование медицинской организации.

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)


Данный вид работы не предусмотрен УП

8. ТЕМАТИКА ДОКЛАДОВ

1. Возникновение и исторические этапы развития маркетинга
2. Зарубежный опыт в области маркетинга в здравоохранении.
3. Концепции управления маркетингом
4. Основные подходы, концепции маркетинговой деятельности организации.
5. Маркетинговая среда (макро и микро среда)
6. Позиционирование товара на рынке медицинских услуг.
7. Рынок общественного здоровья.
8. Выбор стратегии ценообразования. Ценовая конкуренция в здравоохранении
9. Концепция жизненного цикла медицинской услуги как критерий выбора маркетинговой стратегии
10. Товарный знак.
11. Особенности рекламной деятельности в современном здравоохранении.
12. Законодательные основы предпринимательства в РФ.
13. Основные формы предпринимательской деятельности в здравоохранении.
14. Лицензирование и аккредитация производителей медицинских услуг.
15. Бизнес-планирование медицинской организации.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Маркетинг. Определение. Принципы, цель и задачи, основные функции маркетинга.
2. История возникновения маркетинга в здравоохранении. Зарубежный опыт в области маркетинга в здравоохранении.
3. Основные термины и понятия: нужда, потребность, товар, запрос, обмен, сделка.
4. Маркетинг в здравоохранении. Виды маркетинга в здравоохранении. Цель, задачи, функции маркетинга в здравоохранении.
5. Управление маркетингом. Концепции управления маркетингом. Задачи и этапы управления маркетингом
6. Маркетинговые исследования. Этапы маркетинговых исследований.
7. Основные подходы, концепции маркетинговой деятельности организации.
8. Маркетинговая среда (макро и микро среда)


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

9. Рынок медицинских услуг. Основные характеристики и понятия. Сегментация рынка. Основные принципы сегментации рынка в здравоохранении. Критерии выбора сегмента рынка.
10. Концепция жизненного цикла медицинской услуги как критерий выбора маркетинговой стратегии
11. Спрос. Виды спроса. Изучение спроса и предложения медицинских услуг.
12. Анализ рынка. Механизм функционирования рынка. Позиционирование товара на рынке медицинских услуг.
13. Характеристика групп потребителей на рынке медицинских услуг. Факторы, оказывающие влияние на поведение покупателя.
14. Рынок общественного здоровья.
15. Цена. Основные составляющие (себестоимость, прибыль). Рентабельность. Виды цен на медицинские услуги. Эластичность спроса по цене.
16. Основные этапы расчета цены. Цена медицинской услуги на одного полеченного больного по данной нозологической форме. Выбор стратегии ценообразования. Ценовая конкуренция в здравоохранении
17. Реклама, экономическое значение. Виды рекламы. Задачи рекламы.
18. Условия успешной рекламной деятельности. Роль рекламы в продвижении товара на рынке медицинских услуг. Товарный знак.
19. Реклама в здравоохранении, законодательные основы. Особенности рекламной деятельности в современном здравоохранении.
20. Комплекс маркетинга. Основные категории (продукт, цена, место продажи, продвижение продукта).
21. Основные цели и задачи маркетинговой службы медицинской организации. Оптимальный алгоритм выхода медицинской организации на рынок медицинских услуг.
22. Принципы организации маркетинговых исследований. Методы маркетингового исследования. Этапы составления и проведения маркетинговых исследований.
23. Законодательные основы предпринимательства в РФ. Основные формы предпринимательской деятельности в здравоохранении.
24. Лицензирование и аккредитация производителей медицинских услуг.
25. Бизнес-планирование медицинской организации.

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Форма обучения очная

№	Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.)	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
1	История развития маркетинговой деятельности в здравоохранении. Теоретические основы маркетинга	Подготовка доклада, подготовка к сдаче зачета	3	Оценка доклада Зачет
2	Маркетинг в здравоохранении	Подготовка доклада, подготовка к сдаче зачета	3	Оценка доклада

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

				Зачет
3	Рынок медицинских услуг и рыночные отношения в здравоохранении	Решение задачи, подготовка доклада, подготовка к сдаче зачета	3	Проверка решения задачи, оценка доклада, зачет
4	Стратегия ценообразования на рынке медицинских услуг	Решение задачи, подготовка доклада, подготовка к сдаче зачета	3	Проверка решения задачи, оценка доклада, зачет
5	Реклама медицинских услуг	Решение задачи, подготовка доклада, подготовка к сдаче зачета	3	Проверка решения задачи, оценка доклада, зачет
6	Маркетинговая деятельность медицинской организации. Маркетинг и предпринимательство.	Решение задачи, подготовка доклада, подготовка к сдаче зачета	3	Проверка решения задачи, оценка доклада, зачет


11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы основная

1. Экономика здравоохранения [Электронный ресурс] / Решетников А.В. – М.: ГЭОТАР-Медиа, 2015.- <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970431368.html>
2. Кучеренко В.З., Общественное здоровье и здравоохранение, экономика здравоохранения [Электронный ресурс] / под ред. В.З. Кучеренко - М. : ГЭОТАР-Медиа, 2013. - 160 с. - ISBN 978-5-9704-2415-5 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970424155.html>
3. Экономика здравоохранения: [Электронный ресурс] / под ред. М.Г. Колосницыной, И.М. Шеймана, С.В. Шишкина – М.: ГЭОТАР-Медиа, 2018.- <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970442289.html>

дополнительная

1. Улумбекова Г.Э. Здравоохранение России. Что надо делать: научное обоснование «Стратегия развития здравоохранения РФ до 2020 года» [Электронный ресурс] / Улумбекова Г.Э. – М. : ГЭОТАР-Медиа, 2010.» - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970414354.html>
2. Здоровье населения региона и приоритеты здравоохранения [Электронный ресурс] / Под ред. О.П. Щепина, В.А. Медика – М. : ГЭОТАР-Медиа, 2010. – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970417126.html>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

4. Национальная электронная библиотека [Электронный ресурс]: электронная библиотека. - Электрон. дан. – Москва, [2018]. - Режим доступа: <https://нэб.рф>.

5. Электронная библиотека диссертаций РГБ [Электронный ресурс]: электронная библиотека / ФГБУ РГБ. - Электрон. дан. – Москва, [2018]. - Режим доступа: <https://dvs.rsl.ru>.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. Информационная система [Единое окно доступа к образовательным ресурсам](http://window.edu.ru). Режим доступа: <http://window.edu.ru>

6.2. Федеральный портал [Российское образование](http://www.edu.ru). Режим доступа: <http://www.edu.ru>

7. Образовательные ресурсы УлГУ:

7.1. Электронная библиотека УлГУ. Режим доступа : <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>

7.2. Образовательный портал УлГУ. Режим доступа : <http://edu.ulsu.ru>

Согласовано:

Зам. начальника УИТТ

Ключкова А.В.



12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения практических занятий (структурное подразделение ГУЗ ГП № 1 им. С.М. Кирова, ул. Энгельса 27, ауд.1, 2, 3) для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской, а также имеется комплект мультимедийного оборудования, мультимедийный проектор, экран, акустические колонки.

Аудитории для проведения лекций укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской, а также имеются мультимедийное оборудование для работы с большой аудиторией (корпус 4, Наб.р.Свяга, 106, актовый зал).

Аудитории для самостоятельной работы (корпус 2, Наб.р.Свяга, 106, библиотека) укомплектованы специальной мебелью, имеются условия для доступа в сеть Internet.

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ


Обучение по ОПОП ВО обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся. Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и отдельно.

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

–для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

–для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

–для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

консультации.

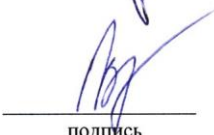
Разработчики



подпись

зав.кафедрой
должность

Горбунов В.И.
ФИО



подпись

доцент
должность


Возженникова Г.В.
ФИО





подпись


доцент
должность

Исаева И.Н.
ФИО

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

**Лист согласования
Дисциплины Маркетинг в здравоохранении**

№	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст	ФИО заведующего кафедрой, реализующего дисциплину/выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Приложение 1 «Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендуемой литературы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины/практики» с оформлением отдельного приложения	Горбунов В.И.		29.08.2022
2	Приложение 1 «Внесение изменений в п.п. б) Профессиональные базы данных п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины/практики» с оформлением отдельного приложения	Горбунов В.И.		29.08.2022

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

основная

1. Столяров С.А. Менеджмент в здравоохранении: учебник для вузов / С.А. Столяров. - 2-е изд. испр и допол. - Москва: Издательство Юрайт. - 2022. - 764 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-10638-1. - Текст электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. - URL : <https://urait.ru/bcode/495369>
2. Кучеренко, В. З. Общественное здоровье и здравоохранение, экономика здравоохранения / под ред. В. З. Кучеренко - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2013. - 160 с. - ISBN 978-5-9704-2415-5. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970424155.html>
3. Колосницына, М. Г. Экономика здравоохранения / под ред. М. Г. Колосницыной, И. М. Шеймана, С. В. Шишкина - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2018. - 464 с. - ISBN 978-5-9704-4228-9. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970442289.html>

дополнительная


1. Решетников, А. В. Экономика здравоохранения / Решетников А. В. - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2015. - 192 с. - ISBN 978-5-9704-3136-8. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970431368.html>
2. Здоровье населения региона и приоритеты здравоохранения [Электронный ресурс] / Под ред. О.П. Щепина, В.А. Медика – М. : ГЭОТАР-Медиа, 2010. – Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970417126.html>
2. Информационные технологии в системе здравоохранения (цифровая медицина): учебно-методическое пособие для врачей общей лечебной сети, клинических ординаторов, студентов медицинских вузов / А.П. Алабин [и др.]; УлГУ, ИМЭиФК, Мед.фак, Каф. Обществ. здоровья и здравоохранения.-Ульяновск, УлГУ, 2018.- <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/1364>
3. Исаева И. Н. Маркетинг в здравоохранении : учебно-методическое пособие для студентов, клинических ординаторов, аспирантов, врачей медицинских организаций и организаторов здравоохранения / И. Н. Исаева, В. И. Горбунов, Г. В. Возженникова; УлГУ, ИМЭиФК. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 840 КБ). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/4304>

учебно-методическая

1. Горбунов В. И. Методические указания для самостоятельной работы студентов по дисциплине «Маркетинг в здравоохранении» : для обучающихся по специальностям 31.05.01 – Лечебное дело, 31.05.02 – Педиатрия / В. И. Горбунов, Г. В. Возженникова, И. Н. Исаева; УлГУ, Мед. фак. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 228 КБ). - Текст : электронный.- <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/4461>

Согласовано:

Ведущий специалист / Мажукина С.Н. /  / 2022
Должность сотрудника научной библиотеки ФИО Подпись дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

б) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:


- 1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart: электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2022]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. - Москва, [2022]. - URL: <https://urait.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента»): электронно-библиотечная система: сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2022]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг. - Москва, [2022]. - URL: <https://www.rosmedlib.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Букап. - Томск, [2022]. - URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. - Санкт-Петербург, [2022]. - URL: <https://e.lanbook.com>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2022]. - URL: <http://znanium.com> . - Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.8. Clinical Collection : научно-информационная база данных EBSCO // EBSCOhost : [портал]. - URL: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/search/advanced?vid=1&sid=9f57a3e1-1191-414b-8763-e97828f9f7elo/o40sessionmgr102> . - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный.
- 1.9. База данных «Русский как иностранный» : электронно-образовательный ресурс для иностранных студентов : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2022]. — URL: <https://ros-edu.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. *КонсультантПлюс* [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон, дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2022].

3. Базы данных периодических изданий:

- 3.1. База данных периодических изданий EastView : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2022]. - URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный.
- 3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. - Москва, [2022]. - URL: <http://elibrary.ru>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный
- 3.3. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД Гребенников. - Москва, [2022]. - URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

4. *Федеральная государственная информационная система «Национальная элек-*

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

ронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. — Москва, [2022]. — URL: <https://нэб.рф>. - Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. - Текст : электронный.

5. **SMART Imagebase** : научно-информационная база данных EBSCO // EBSCOhost : [портал].—

URL:<https://ebSCO.smartimagebase.com/7TOKENMEBSCOla2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Изображение : электронные.

6. **Федеральные информационно-образовательные порталы:**

6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал . - URL: <http://window.edu.ru/> . - Текст : электронный.

6.2. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». - URL: <http://www.edu.ru>. - Текст : электронный.

7. **Образовательные ресурсы УлГУ:**

7.1. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. - Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. - Текст : электронный.

Согласовано:

Зам.начальника УИТиТ /
Должность сотрудника УИТиТ

Клочкова А.В.
ФИО


Подпись

_____ /
Дата