

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
УЛЬЯНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Медицинский факультет
Кафедра общественного здоровья и здравоохранения

В.И. Горбунов, Г.В. Возженникова, И.Н. Исаева

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ
ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«МАРКЕТИНГ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ»**

Ульяновск, 2019

УДК 614:339.138(07)

ББК 51.1(2)к я73

М 54

*Печатается по решению Ученого совета
Института медицины и экологии
Ульяновского государственного университета*

Рецензент –

Горбунов В.И.

М 54 Методические указания для практических занятий по дисциплине «Маркетинг в здравоохранении»/ Горбунов В.И., Возженникова Г.В., Исаева И.Н.- Ульяновск, УлГУ, 2019.

Методические указания подготовлены в соответствии с рабочей программой дисциплины "Маркетинг в здравоохранении" и планом аудиторных практических занятий. Методические указания предназначены для студентов медицинского факультета, обучающихся по специальностям 31.05.01 – Лечебное дело, 31.05.02 – Педиатрия.

©Горбунов В.И., Возженникова Г.В., Исаева И.Н. 2019

СОДЕРЖАНИЕ

Пояснительная записка	4
Занятие 1. История развития маркетинговой деятельности в здравоохранении. Теоретические основы маркетинга	5
Занятие 2, 3. Маркетинг в здравоохранении	5
Занятие 4, 5. Рынок медицинских услуг и рыночные отношения в здравоохранении	6
Занятие 6. Стратегия ценообразования на рынке медицинских услуг	7
Занятие 7. Реклама медицинских услуг	8
Занятие 8, 9. Маркетинговая деятельность медицинской организации.	8
Маркетинг и предпринимательство	
Список рекомендуемой литературы	10

Пояснительная записка

Методические указания предназначены студентам для практических занятий по дисциплине «Маркетинг в здравоохранении». Данная дисциплина относится к вариативной части дисциплин специальностей 31.05.01 Лечебное дело, 31.05.02 – Педиатрия высшего медицинского образования, является дисциплиной по выбору.

Целью освоения дисциплины «Маркетинг в здравоохранении» является 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

Целью практических занятий является закрепление теоретических знаний по дисциплине.

Описание практического занятия включает: наименование темы, цель изучения темы, порядок проведения занятия, оснащение занятия, контрольные вопросы по данной теме.

В результате практических занятий, предусмотренных программой по дисциплине «Маркетинг в здравоохранении», обучающийся должен: согласно ОПК-3 (способность использовать основы экономических и правовых знаний в профессиональной деятельности)

знать

основные тенденции развития рыночных отношений в сфере здравоохранения

уметь

-применять основы экономических знаний в анализе рынка медицинских услуг

владеть

-навыками применения экономических знаний в оценке стоимости различных видов медицинских услуг

согласно ПК-17 (способность к применению основных принципов организации и управления в сфере охраны здоровья граждан, в медицинских организациях и их структурных подразделениях)

знать

- 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

уметь

- провести анализ маркетинговой деятельности медицинской организации;

- изучить потребность населения в медицинских услугах;

- провести анализ рынка медицинских услуг

владеть

- методами расчета цен на медицинские товары и услуги

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

Цели занятия:

1. Изучить теоретические основы маркетинга
2. Изучить историю возникновения маркетинга в здравоохранении

Порядок проведения занятия:

- Введение в тему занятия;
- Собеседование по основным вопросам темы занятия
- Презентация и обсуждение реферата
- Подведение итогов занятия

Оснащение занятия:

- Ноутбук
- Мультимедийный проектор

Контрольные 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.

Темы рефератов:

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

Занятие 2, 3. Маркетинг в здравоохранении

Цели занятия:

1. Изучить основные понятия, цель и задачи маркетинга в здравоохранении
2. Изучить цель, задачи и этапы управления маркетингом

Порядок проведения занятия:

- Введение в тему занятия;
- Собеседование по основным вопросам темы занятия
- Презентация и обсуждение реферата
- Подведение итогов занятия

Оснащение занятия:

- Ноутбук
- Мультимедийный проектор

Контрольные 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.

Темы рефератов:

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

Занятие 4, 5. Рынок медицинских услуг и рыночные отношения в здравоохранении**Цели занятия:**

1. Изучить основные характеристики и понятия рынка медицинских услуг
2. Изучить особенности сегментации и анализа рынка в здравоохранении

Порядок проведения занятия:

- Введение в тему занятия;
- Собеседование по основным вопросам темы занятия
- Презентация и обсуждение реферата
- Подведение итогов занятия

Оснащение занятия:

- Ноутбук
- Мультимедийный проектор

Контрольные вопросы для обсуждения на занятии:

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.

Темы рефератов:

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

Занятие 6. Стратегия ценообразования на рынке медицинских услуг

Цели занятия:

1. Изучить особенности ценообразования на рынке медицинских услуг
2. Изучить виды цен на медицинские услуги

Порядок проведения занятия:

- Введение в тему занятия;
- Собеседование по основным вопросам темы занятия
- Презентация и обсуждение реферата
- Подведение итогов занятия

Оснащение занятия:

- Ноутбук
- Мультимедийный проектор

Контрольные 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.

Темы рефератов:

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

Занятие 7. Реклама медицинских услуг

Цели занятия:

1. Изучить виды, задачи и роль рекламы в продвижении товара на рынке
2. Изучить особенности рекламы в здравоохранении, законодательные основы

Порядок проведения занятия:

- Введение в тему занятия;
- Собеседование по основным вопросам темы занятия
- Презентация и обсуждение реферата
- Подведение итогов занятия

Оснащение занятия:

- Ноутбук
- Мультимедийный проектор

Контрольные 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.

Темы рефератов:

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

Занятие 8, 9. Маркетинговая деятельность медицинской организации. Маркетинг и предпринимательство

Цели занятия:

1. Изучить особенности маркетинговой деятельности медицинской организации
2. Изучить особенности предпринимательской деятельности в здравоохранении
3. Изучить принципы организации маркетинговых исследований

Порядок проведения занятия:

- Введение в тему занятия;
- Собеседование по основным вопросам темы занятия
- Презентация и обсуждение реферата
- Подведение итогов занятия

Оснащение занятия:

- Ноутбук
- Мультимедийный проектор

Контрольные вопросы для обсуждения на занятии:

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

Темы рефератов:

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.

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 -
<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.» -
<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. –
<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970417126.html>
3. 3.Федеральный закон "Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации" от 29.11.2010 N 326-ФЗ (последняя редакция). -
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_107289/
4. 4.Федеральный закон "Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации" от 21.11.2011 N 323-ФЗ (последняя редакция). -
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_121895/
5. Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины [Электронный ресурс] : двухмес. науч.-практ. журнал / Рос. акад. мед. наук, Нац. науч.-исслед. ин-т обществ. питания. - М., 2017. - URL:
<https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>

учебно-методическая

1. Экономика здравоохранения [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов, врачей-интернов, клинич. ординаторов, врачей лечебно-профилакт. учреждений и организаторов здравоохранения / В. И. Горбунов [и др.] ; УлГУ, ИМЭиФК. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 310 Кб). - Ульяновск : УлГУ, 2010.- <ftp://10.2.96.134/Text/gorbunov1.pdf>
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.-67.