



МИНЗДРАВ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Южно-Уральский государственный медицинский университет»
Министерства здравоохранения Российской Федерации
(ФГБОУ ВО ЮУГМУ Минздрава России)

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

по дисциплине «Маркетинг в здравоохранении»

Уровень высшего образования – подготовка кадров высшей квалификации

Направление подготовки, направленность: 32.06.01 - Медико-профилактическое дело,

Общественное здоровье и здравоохранение

Утверждены на заседании кафедры, протокол № 22 от 22.05.2020 г.

Разработчики

М.Г. Москвичева

Е.С. Щепилина

Заведующий кафедрой

М.Г. Москвичева

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Тема: Маркетинговая среда. Понятие о маркетинговых исследованиях.

Цель занятия: овладение знаниями и навыками об инструментах анализа маркетинговой стратегии организации.

Учебная карта занятия: Разбор и изучение материала, исходя из целей занятия.

Инструкция для самостоятельной работы обучающихся.

1. В учебной аудитории обучающиеся под контролем преподавателя изучают материалы по теме практического занятия.
2. Обучающиеся должны показать знания и способности ориентироваться в вопросах по теме практического занятия.
3. Обучающимся предлагаются для решения ситуационные задачи по данной теме. Решение их обсуждается с комментариями преподавателя.
4. Защита реферата.
5. Доклад.

Вопросы для подготовки к занятию:

1. Маркетинговая среда.
2. Инструменты для исследования и анализа маркетинговой среды: SWOT, BCG, STEP, матрица Ансоффа, сегментация.
3. Понятие о маркетинговых исследованиях.

Тема: Маркетинговые стратегии.

Цель занятия: овладение знаниями и навыками по использованию матрицы Райса–Траута для оценки и выбора маркетинговой стратегии.

Учебная карта занятия: Разбор и изучение материала, исходя из целей занятия.

Инструкция для самостоятельной работы обучающихся.

1. В учебной аудитории обучающиеся под контролем преподавателя изучают материалы по теме практического занятия.
2. Обучающиеся должны показать знания и способности ориентироваться в вопросах по теме практического занятия.
3. Обучающимся предлагаются для решения ситуационные задачи по данной теме. Решение их обсуждается с комментариями преподавателя.
4. Защита реферата.
5. Доклад.

Вопросы для подготовки к занятию:

1. Маркетинговые стратегии. Анализ и выбор.
2. Матрица Райса–Траута.

Тема: Маркетинговый план.

Цель занятия: овладение знаниями и навыками по использованию инструментов маркетинга, оценки эффективности маркетинга.

Учебная карта занятия: Разбор и изучение материала, исходя из целей занятия.

Инструкция для самостоятельной работы обучающихся.

1. В учебной аудитории обучающиеся под контролем преподавателя изучают материалы по теме практического занятия.
2. Обучающиеся должны показать знания и способности ориентироваться в вопросах по теме практического занятия.
3. Обучающимся предлагаются для решения ситуационные задачи по данной теме. Решение их обсуждается с комментариями преподавателя.
4. Доклад.

Вопросы для подготовки к занятию:

1. Маркетинговый план. Маркетинг-микс.

2. Инструменты маркетинга.
3. Виды малобюджетного маркетинга.
4. Индикаторы эффективности.

Тема: Ценообразование.

Цель занятия: овладение знаниями и навыками по использованию стратегий, типов и методик ценообразования для систематизации экономической и коммерческой деятельности медицинских организаций.

Учебная карта занятия: Разбор и изучение материала, исходя из целей занятия.

Инструкция для самостоятельной работы обучающихся:

1. В учебной аудитории обучающиеся под контролем преподавателя изучают материалы по теме практического занятия.
2. Обучающиеся должны показать знания и способности ориентироваться в вопросах по теме практического занятия.
3. Обучающимся предлагаются для решения ситуационные задачи по данной теме. Решение их обсуждается с комментариями преподавателя.
4. Защита реферата.

Вопросы для подготовки к занятию:

1. Ценообразование. Взгляд маркетолога и экономиста.
2. Виды, методики и стратегии ценообразования.
3. Особенности ценообразования в государственных медицинских организациях.

Тема: Конкуренция в рыночной среде. Конкурентоспособность на рынке медицинских услуг.

Цель занятия: овладение практическими навыками по использованию знаний о конкурентоспособности на рынке медицинских услуг для выбора оптимальной конкурентной стратегии.

Учебная карта занятия: Разбор и изучение материала, исходя из целей занятия.

Инструкция для самостоятельной работы обучающихся:

1. В учебной аудитории обучающиеся под контролем преподавателя изучают материалы по теме практического занятия.
2. Обучающиеся должны показать знания и способности ориентироваться в вопросах по теме практического занятия.
3. Обучающимся предлагаются для решения тестовые задания по данной теме. Решение их обсуждается с комментариями преподавателя.
4. Защита реферата.

Вопросы для подготовки к занятию:

1. Конкуренция в рыночной среде.
2. Конкурентоспособность на рынке медицинских услуг.
3. Выбор оптимальной конкурентной стратегии.

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Тема: Сущность, цели и исходные положения о рыночных условиях. Основные этапы развития и современные концепции маркетинга

Темы рефератов:

1. Сущность, цели и исходные положения о рыночных условиях.
2. Основные этапы развития и современные концепции маркетинга.

Список литературы:

1. Ким С. А. Маркетинг [Электронный ресурс] / Ким С. А. - М. : Дашков и К, 2013. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394020148.html>

2. Годин А. М. Маркетинг [Электронный ресурс] / Годин А. М. - М. : Дашков и К, 2012. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394013195.html>
3. Петрова Н.Г. Основы медицинского менеджмента и маркетинга: учеб. пособие / Н. Г. Петрова, И. В. Додонова, С. Г. Погосян. - СПб. : Фолиант, 2013. - 352 с.

Тема: Виды, функции маркетинга и маркетинговые службы.

Подготовка мультимедийной презентации и доклад на тему: Виды, функции маркетинга и маркетинговые службы.

Требования к докладу:

1. Актуальность и значимость проблемы по теме доклада должна быть сформулирована в начале выступления.
2. Выступающий должен хорошо знать материал по теме своего выступления, быстро и свободно ориентироваться в нем.
3. Речь докладчика должна быть четкой, умеренного темпа.
4. Докладчик должен иметь зрительный контакт с аудиторией.
5. После выступления докладчик должен оперативно и по существу отвечать на все вопросы аудитории (если вопрос задан не по теме, то преподаватель должен снять его).

Требования к мультимедийной презентации:

1. В презентации аспирант должен отразить актуальность проблемы, цели, задачи и выводы.
2. Презентация не должна повторять выступающего и должна содержать минимум текстовой информации.
3. Презентация должна содержать рисунки, фотографии, видео (при необходимости), таблицы, графики и схемы, которые дополняют выступающего, создавая целостную и яркую картину доклада, все слайды презентации были пронумерованы.
4. Рекомендуемое количество слайдов: 10-12. Рекомендуемая продолжительность доклада: не более 15 мин.
5. Формат файлов презентации:
 - при использовании программных продуктов Microsoft: сохранение в режиме совместимости Microsoft PowerPoint 98-2003 (.ppt);
 - при использовании свободного программного обеспечения: сохранение в режиме совместимости Microsoft PowerPoint 98-2003 (.ppt) или в формате «Презентация ODF» (.odp);
 - при вставке в презентацию видео или аудио: формат видеофайлов — Mpeg2 (.mpg), формат аудиофайлов — WAV (.wav) или MPEG3 (.mp3).

Список литературы:

1. Ким С. А. Маркетинг [Электронный ресурс] / Ким С. А. - М. : Дашков и К, 2013. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394020148.html>
2. Годин А. М. Маркетинг [Электронный ресурс] / Годин А. М. - М. : Дашков и К, 2012. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394013195.html>
3. Петрова Н.Г. Основы медицинского менеджмента и маркетинга: учеб. пособие / Н. Г. Петрова, И. В. Додонова, С. Г. Погосян. - СПб. : Фолиант, 2013. - 352 с.

Тема: Маркетинговые исследования рынка. Сегментация рынка.

Темы рефератов:

1. Маркетинговые исследования рынка.
2. Сегментация рынка.

Список литературы:

1. Ким С. А. Маркетинг [Электронный ресурс] / Ким С. А. - М. : Дашков и К, 2013. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394020148.html>
2. Годин А. М. Маркетинг [Электронный ресурс] / Годин А. М. - М. : Дашков и К, 2012. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394013195.html>
3. Петрова Н.Г. Основы медицинского менеджмента и маркетинга: учеб. пособие / Н. Г. Петрова, И. В. Додонова, С. Г. Погосян. - СПб. : Фолиант, 2013. - 352 с.

Тема: Сбытовая политика, система распределения и товародвижения.

Подготовка мультимедийной презентации и доклад на тему: Сбытовая политика, система распределения и товародвижения.

Требования к докладу:

1. Актуальность и значимость проблемы по теме доклада должна быть сформулирована в начале выступления.
2. Выступающий должен хорошо знать материал по теме своего выступления, быстро и свободно ориентироваться в нем.
3. Речь докладчика должна быть четкой, умеренного темпа.
4. Докладчик должен иметь зрительный контакт с аудиторией.
5. После выступления докладчик должен оперативно и по существу отвечать на все вопросы аудитории (если вопрос задан не по теме, то преподаватель должен снять его).

Требования к мультимедийной презентации:

1. В презентации аспирант должен отразить актуальность проблемы, цели, задачи и выводы.
2. Презентация не должна повторять выступающего и должна содержать минимум текстовой информации.
3. Презентация должна содержать рисунки, фотографии, видео (при необходимости), таблицы, графики и схемы, которые дополняют выступающего, создавая целостную и яркую картину доклада, все слайды презентации были пронумерованы.
4. Рекомендуемое количество слайдов: 10-12. Рекомендуемая продолжительность доклада: не более 15 мин.
5. Формат файлов презентации:
 - при использовании программных продуктов Microsoft: сохранение в режиме совместимости Microsoft PowerPoint 98-2003 (.ppt);
 - при использовании свободного программного обеспечения: сохранение в режиме совместимости Microsoft PowerPoint 98-2003 (.ppt) или в формате «Презентация ODF» (.odp);
 - при вставке в презентацию видео или аудио: формат видеофайлов — Mpeg2 (.mpg), формат аудиофайлов — WAV (.wav) или MPEG3 (.mp3).

Список литературы:

1. Ким С. А. Маркетинг [Электронный ресурс] / Ким С. А. - М. : Дашков и К, 2013. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394020148.html>
2. Годин А. М. Маркетинг [Электронный ресурс] / Годин А. М. - М. : Дашков и К, 2012. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394013195.html>
3. Петрова Н.Г. Основы медицинского менеджмента и маркетинга: учеб. пособие / Н. Г. Петрова, И. В. Додонова, С. Г. Погосян. - СПб. : Фолиант, 2013. - 352 с.

Тема: Комплекс маркетинговых коммуникаций. Планирование маркетинга и маркетинговый контроль.

Подготовка мультимедийной презентации и доклад на тему: Комплекс маркетинговых коммуникаций. Планирование маркетинга и маркетинговый контроль.

Требования к докладу:

1. Актуальность и значимость проблемы по теме доклада должна быть сформулирована в начале выступления.
2. Выступающий должен хорошо знать материал по теме своего выступления, быстро и свободно ориентироваться в нем.
3. Речь докладчика должна быть четкой, умеренного темпа.
4. Докладчик должен иметь зрительный контакт с аудиторией.
5. После выступления докладчик должен оперативно и по существу отвечать на все вопросы аудитории (если вопрос задан не по теме, то преподаватель должен снять его).

Требования к мультимедийной презентации:

1. В презентации аспирант должен отразить актуальность проблемы, цели, задачи и выводы.
2. Презентация не должна повторять выступающего и должна содержать минимум текстовой информации.
3. Презентация должна содержать рисунки, фотографии, видео (при необходимости), таблицы, графики и схемы, которые дополняют выступающего, создавая целостную и яркую картину доклада, все слайды презентации были пронумерованы.
4. Рекомендуемое количество слайдов: 10-12. Рекомендуемая продолжительность доклада: не более 15 мин.
5. Формат файлов презентации:
 - при использовании программных продуктов Microsoft: сохранение в режиме совместимости Microsoft PowerPoint 98-2003 (.ppt);
 - при использовании свободного программного обеспечения: сохранение в режиме совместимости Microsoft PowerPoint 98-2003 (.ppt) или в формате «Презентация ODF» (.odp);
 - при вставке в презентацию видео или аудио: формат видеофайлов — Mpeg2 (.mpg), формат аудиофайлов — WAV (.wav) или MPEG3 (.mp3).

Список литературы:

1. Ким С. А. Маркетинг [Электронный ресурс] / Ким С. А. - М. : Дашков и К, 2013. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394020148.html>
2. Годин А. М. Маркетинг [Электронный ресурс] / Годин А. М. - М. : Дашков и К, 2012. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394013195.html>
3. Петрова Н.Г. Основы медицинского менеджмента и маркетинга: учеб. пособие / Н. Г. Петрова, И. В. Додонова, С. Г. Погосян. - СПб. : Фолиант, 2013. - 352 с.

Тема: Международный маркетинг.

Темы рефератов:

1. Международный маркетинг.
2. Маркетинг в Российской Федерации.
3. Маркетинг за рубежом.

Список литературы:

1. Ким С. А. Маркетинг [Электронный ресурс] / Ким С. А. - М. : Дашков и К, 2013. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394020148.html>
2. Годин А. М. Маркетинг [Электронный ресурс] / Годин А. М. - М. : Дашков и К, 2012. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394013195.html>
3. Петрова Н.Г. Основы медицинского менеджмента и маркетинга: учеб. пособие / Н. Г. Петрова, И. В. Додонова, С. Г. Погосян. - СПб. : Фолиант, 2013. - 352 с.

Тема: Перспективы развития маркетинга в XXI веке.

Темы рефератов:

1. Перспективы развития маркетинга в XXI веке в Российской Федерации.
2. Перспективы развития маркетинга в XXI веке за рубежом.

Список литературы:

1. Ким С. А. Маркетинг [Электронный ресурс] / Ким С. А. - М. : Дашков и К, 2013. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394020148.html>
2. Годин А. М. Маркетинг [Электронный ресурс] / Годин А. М. - М. : Дашков и К, 2012. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394013195.html>
3. Петрова Н.Г. Основы медицинского менеджмента и маркетинга: учеб. пособие / Н. Г. Петрова, И. В. Додонова, С. Г. Погосян. - СПб. : Фолиант, 2013. - 352 с.