

Аннотация

рабочей программы дисциплины «**Маркетинг медицинских и страховых услуг**

квалификация выпускника - бакалавр

Специальность – 38.03.02 «Менеджмент»

Авторы: Павлова Е.А., к.м.н., доцент

Учебный цикл/учебный блок	Вариативная часть/ Дисциплины по выбору
Трудоемкость дисциплины	<p>Очная форма обучения: Лекции - 30 Практические занятия - 30 Самостоятельная работа – 84 Дифференцированный зачет - +</p> <p>Заочная форма обучения: Лекции - 5 Практические занятия - 5 Самостоятельная работа – 130 Контрольная работа - + Дифференцированный зачет - 4 <i>Общая трудоемкость (часы, зачетные единицы) – 144 час./4 зач. ед.</i></p>
Курс, семестр	<p>Очная форма обучения: 4 курс 8 семестр Заочная форма обучения: 4 курс</p>
Место дисциплины в структуре ООП (предшествующие дисциплины, последующие дисциплины)	Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» и относится к дисциплинам по выбору.
Формируемые компетенции	ПК – 17
Цель дисциплины	Изучение концептуальных основ и технологий маркетинговой деятельности в медицинской и фармацевтической сфере, принципов социальной ответственности и компетентности, методов социального партнерства.
Задачи дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ознакомление с историческими предпосылками развития маркетинга здравоохранения. 2. Изучить теоретические основы развития маркетинга в здравоохранении. 3. Определить особенности различных видов маркетинга. 4. Сформировать представление о факторах маркетинговой среды, видов деятельности. 5. Ознакомить студентов с особенностями медицинского и фармацевтического маркетинга в коммерческой и некоммерческой сфере. 6. Сформировать навыки социальной компетентности в принятии решений. 7. Освоить инновационные маркетинговых технологий в социальной сфере.
Основные разделы	Социальная сущность медицинского и страхового маркетинга.

дисциплины (модули)	Рынок общественного здоровья: сущность, принципы, структура, функции и механизм регулирования. Маркетинговая среда медицинской организации. Маркетинговая и страховая информационная система. Сегментирование и выбор целевых сегментов рынка. Товары, марки, упаковки и услуги. Методы распространения товаров. Продвижение товаров. Маркетинг услуг и маркетинг в сфере некоммерческой деятельности. Управление медицинским и страховым маркетингом в медицинской организации.
------------------------	--