

Вопросы к зачету ВДВ Предпринимательство в стоматологии
Специальность 31.05.03 Стоматология

1. Определение понятия «экономика здравоохранения», её цель и место в экономике страны.
2. Влияние рыночных отношений на экономику здравоохранения и медицинской организации
3. Характеристика ресурсного обеспечения здравоохранения как отрасли экономики страны.
4. Способы осуществления бюджетного и внебюджетного финансирования в здравоохранении.
5. Основные приёмы и виды экономического анализа
6. Критерии оценки эффективности использования основных фондов.
7. Показатели использования медицинской техники и персонала.
8. Основные направления анализа финансовых средств медицинской организации.
9. Характеристика экономического ущерба вследствие заболеваемости, инвалидности, летальности населения.
10. Прямой и косвенный (потенциальный) экономический ущерб в здравоохранении.
11. Виды и характеристика эффективности в здравоохранении.
12. Виды и правовые формы осуществления предпринимательской деятельности.
13. Организационно-правовые формы и виды предпринимательской деятельности в здравоохранении
14. Субъекты предпринимательской деятельности в соответствии с гражданским законодательством РФ, их виды и характеристика.
15. Достоинства и недостатки мелкого предпринимательства.
16. Характеристика форм и возможностей предпринимательской деятельности в стоматологии
17. Бизнес-план: виды и их характеристика, методы и принципы.
18. Последовательность составления бизнес-плана, его структура в организациях здравоохранения.
19. Характеристика основных разделов бизнес-плана.
20. Концепт бизнес-план, характеристика, условия старта бизнес-проекта.
21. Особенности бизнес-планирования в стоматологии.
22. Менеджмент: определение, объект и субъект менеджмента, функции.
23. Принципы, уровни и основные функции управления в системе здравоохранения.
24. Цикл управленческой деятельности, характеристика составляющих.
25. Система управления персоналом, управленческое решение, требования нему.
26. Стили управления персоналом, виды, характеристика, критерии.
27. Особенности принятия решений в группе. Методы командной работы при подготовке управленческих решений.
28. Команда – определение, категории команд, факторы, оказывающие влияние на успешность команды
29. Алгоритм для построения команды, характеристика эффективной команды.
30. Нормативно-правовая база организации платных медицинских услуг в медицинской организации.
31. Условия и порядок предоставления платных медицинских услуг в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 11.05.2023 N 736 «Правила предоставления медицинскими организациями платных медицинских услуг»
32. Модели организации оказания платных медицинских услуг: их преимущества и недостатки.
33. Порядок возмещения ущерба при обнаружении недостатков платных медицинских услуг, в т.ч. в дистанционной форме.

34. Ценообразование – понятие, факторы, влияющие на него, цели ценовой политики медицинской организации. Стратегии, механизм и процесс ценообразования
35. Основные этапы ценообразования платной медицинской услуги, особенности в стоматологии.
36. Прибыли и рентабельность, виды, характеристика, уравнение безубыточности, маржинальный доход.
37. Рыночное ценообразование в здравоохранении, спрос и предложение, их законы, кривые, детерминанты.
38. Способность рынка медицинских товаров и услуг медицинского назначения к регулированию спроса, предложения, ценообразования. Субъекты рыночных отношений в здравоохранении.
39. Характеристика основных видов конкуренции, конкурентные стратегии, примеры в здравоохранении.
40. Методы государственного регулирования рынка в здравоохранении.
41. Конкуренция на рынке медицинских товаров и услуг, уровни. Методы и показатели оценки конкурентоспособности медицинских товаров и услуг.
42. Маркетинг: понятие, принципы и функции, основные базовые понятия маркетинга.
43. Виды спроса и виды маркетинговой деятельности.
44. Элементы внутренней и внешней маркетинговых сред, структура анализа маркетинговой среды.
45. Маркетинговый комплекс (микс-маркетинг), понятие, характеристика его составляющих.
46. Каналы продвижения медицинских услуг: понятие, виды, характеристика, особенности на рынке медицинских товаров и услуг. Этапы проведения рекламы, ограничения в рекламной деятельности налагаемые на медицинские организации.
47. Инструменты маркетинга, интернет как инструмент продвижения медицинских услуг.
50. Основные виды рынков медицинских товаров и услуг, государственное регулирование и саморегулирование рынка медицинских товаров и услуг.
51. Маркетинг на рынке медицинских товаров и услуг, медицинская услуга.
52. Сегмент рынка, критерии сегментации рынка медицинских услуг.
53. Позиционирование, понятие, варианты позиционирования на рынке медицинских услуг, технологии, этапы.
54. Маркетинговые исследования: виды и методы
55. Целевые группы потребителей, портрет потребителя.
56. Основные показатели планирования в здравоохранении.
57. Стратегическое планирование в здравоохранении в медицинской организации.
58. Стратегический маркетинг, разработка стратегии медицинской организации.
59. Виды маркетинговых стратегий. Ситуационный (SWOT) анализ
60. Стратегии развития медицинской организации, стратегии продвижения.
61. Эффективность выбранной маркетинговой стратегии.
62. Управление маркетингом. Индикаторы эффективности маркетинга.
63. Средства маркетинга в медицинской организации.
64. Маркетинговый план, маркетинговый контроль.
65. Система управления взаимоотношения с клиентами CRM.