

**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 ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

по дисциплине Предпринимательство в стоматологии

Уровень высшего образования специалитет

Специальность 31.05.03. Стоматология

Утвержден на заседании кафедры протокол от \_\_\_\_\_ 20\_\_ № \_\_\_\_\_

Разработчик

Ю.А. Соловьева

Заведующий кафедрой

Ю.А. Тюков

## ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

**Тема:** Эффективность здравоохранения и основы экономического анализа

**Цели занятия:** ознакомить обучающихся с теоретическими основами и методологией планирования, финансирования, оценки экономического ущерба и эффективности здравоохранения.

**Учебная карта занятия.**

1. Собеседование по контрольным вопросам.
2. Решение ситуационных задач
3. Проверка результатов решения ситуационных задач
4. Обсуждение результатов занятия.

**Вопросы для подготовки по теме.**

1. Экономика, определение, функции.
2. Уровни анализа экономической теории.
3. Направления развития экономической науки.
4. Экономика здравоохранения, определение и её цель, объект и предмет изучения.
5. Основные задачи экономики здравоохранения.
6. Методы экономики здравоохранения.
7. Уровни экономических отношений в здравоохранении, задачи.
8. Проблемы и направления развития экономики здравоохранения.
9. Эффективности, определение, основные аспекты, направления изучения.
10. Виды, характеристика и методика расчета эффективности в здравоохранении.
11. Экономический эффект в здравоохранении.
12. Экономический ущерб в здравоохранении, определение, виды.
13. Структура экономического ущерба в здравоохранении
14. Характеристика экономического ущерба вследствие заболеваемости, инвалидности, смертности населения.

**Тема:** Правовое и нормативное регулирование предпринимательства в здравоохранении

**Цели занятия:** ознакомить обучающихся с основами предпринимательской деятельности, с возможностями предпринимательской деятельности как в целом в здравоохранении, так и в стоматологии.

**Учебная карта занятия.**

1. Собеседование по контрольным вопросам.
2. Решение ситуационных задач
3. Проверка результатов решения ситуационных задач
4. Обсуждение результатов занятия.

**Вопросы для подготовки по теме.**

1. Определение предпринимательской деятельности, основные принципы предпринимательства.
2. Законодательная база предпринимательства.
3. Виды и правовые формы осуществления предпринимательской деятельности.
4. Виды и функции предпринимательской деятельности в здравоохранении.
5. Основные классификационные признаки предпринимательства в здравоохранении, организационно-правовые формы.
6. Индивидуальный предприниматель, этапы прохождения физического лица в процессе официального получения статуса индивидуального предпринимателя.
7. Виды и отличия коммерческих и некоммерческих организаций.
8. Юридические лица как субъекты предпринимательства, их права и обязанности.
9. Хозяйственные товарищества и их виды, различия.
10. Хозяйственные общества и их виды, различия.
11. Акционерные общества и их виды, различия.

12. Унитарное предприятие и производственный кооператив, особенности.
13. Достоинства и недостатки малого предпринимательства.
14. Формы и возможности предпринимательской деятельности в здравоохранении.
15. Ответственность за осуществление незаконной предпринимательской деятельности.
16. Характеристика форм и возможностей предпринимательской деятельности в стоматологии.

**Тема:** Бизнес-план медицинской организации

**Цели занятия:** ознакомить обучающихся с основами бизнес-планирования как в целом в здравоохранении, так и медицинской организации.

**Учебная карта занятия.**

1. Собеседование по контрольным вопросам.
2. Решение ситуационных задач
3. Проверка результатов решения ситуационных задач
4. Обсуждение результатов занятия.

**Вопросы для подготовки по теме.**

1. Бизнес-план – определение, цель разработки бизнес-планов в здравоохранении.
2. Положительные и отрицательные черты бизнес-планирования.
3. Роль бизнес-плана в решении рыночных, производственных, финансово-экономических задач.
4. Бизнес-план: виды и их характеристика, сущность.
5. Методы, принципы и функции бизнес-планирования.
6. Правила и стандарты формирования бизнес-планирования в организациях здравоохранения.
7. Последовательность составления бизнес-плана, его структура.
8. Характеристика основных разделов бизнес-плана.
9. Требования, предъявляемые к структуре бизнес-плана.
10. Планирование деятельности с долгим горизонтом, форсайттинг, прогнозирование.
11. Типичные ошибки в бизнес-планировании.
12. Барьеры к реализации бизнес-плана.
13. Сущность бизнес-модели и ее основные элементы.
14. Требования и критерии, предъявляемые к разработке бизнес-модели.
15. Концепт бизнес-план, характеристика, условия старта бизнес-проекта.
16. Защита бизнес-планов.
17. Особенности бизнес-планирования в стоматологии.

**Тема:** Маркетинговые исследования рынка медицинских услуг, формирование целевой аудитории

**Цели занятия:** ознакомить обучающихся с теоретическими основами и методологией проведения маркетинговых исследований рынка медицинских услуг, формирования целевой аудитории.

**Учебная карта занятия.**

1. Собеседование по контрольным вопросам.
2. Решение ситуационных задач
3. Проверка результатов решения ситуационных задач
4. Обсуждение результатов занятия.

**Вопросы для подготовки по теме.**

1. Маркетинг: понятие, принципы и функции.
2. Медицинский маркетинг: место, роль, цели и субъекты маркетинга в здравоохранении.
3. Характеристика, функции, принципы и механизм рынка регуляции медицинских услуг.
4. Основные виды рынков медицинских товаров и услуг в зависимости от реализуемого продукта.
5. Государственное регулирование и саморегулирование рынка медицинских товаров и услуг.

6. Характеристика нерегулируемых государством, частично регулируемых и централизованно управляемых рынков.

7. Особенности маркетинга на рынке медицинских товаров и услуг.

8. Медицинская услуга как маркетинговая категория: определение, виды, отличия от других услуг.

9. Жизненный цикл медицинской услуги, этапы.

10. Целевой рынок, конъюнктура рынка, доля рынка, ёмкость рынка.

11. Сегмент рынка: определение, примеры *основных сегментов рынка в здравоохранении*.

12. Критерии сегментации рынка медицинских услуг.

13. Факторы и параметры, используемые при сегментировании рынка медицинских услуг.

14. Позиционирование, понятие, варианты позиционирования на рынке медицинских услуг, технологии, этапы.

15. Маркетинговая информация: понятие, виды, методы анализа.

16. Маркетинговые исследования: понятие, виды, составляющие, основные направления, методы.

17. Стадии процесса маркетинговых исследований, этапы.

18. Целевые группы потребителей, портрет потребителя.

**Тема:** Маркетинговая среда: инструменты изучения и анализ

**Цели занятия:** ознакомить обучающихся с теоретическими основами и методологией маркетинга медицинских услуг, механизмами регуляции рынка, маркетинговой средой.

**Учебная карта занятия.**

1. Собеседование по контрольным вопросам.

2. Решение ситуационных задач

3. Проверка результатов решения ситуационных задач

4. Обсуждение результатов занятия.

**Вопросы для подготовки по теме:**

1. Основные базовые понятия маркетинга (нужда, потребность, спрос, товар, услуга)

2. Виды спроса и виды маркетинговой деятельности.

3. Маркетинговая среда: определение, виды, особенности в здравоохранении.

4. Внешняя маркетинговая среда, понятие, элементы.

5. Факторы макросреды маркетинга, их влияние на производителей и потребителей медицинских услуг.

6. Внутренняя макросреда, понятие, элементы характеристика.

7. Структура анализа маркетинговой среды.

8. PEST-анализ (или STEP-анализ), применение, методика проведения.

9. Факторы, определяющие формирование маркетингового потенциала организации.

10. Маркетинговый комплекс (микс-маркетинг), понятие, характеристика его составляющих.

11. Каналы продвижения медицинских услуг: понятие, виды, характеристика, особенности на рынке медицинских товаров и услуг.

12. Этапы проведения рекламы, ограничения в рекламной деятельности, налагаемые на медицинские организации.

13. Инструменты маркетинга, определение, виды.

14. Интернет как инструмент продвижения медицинских услуг.

15. Маркетинг как инструмент управления экономической деятельностью в здравоохранении.

**Тема:** Ценообразование в здравоохранении

**Цели занятия:** ознакомить обучающихся с организацией платных медицинских услуг в медицинской организации, методикой ценообразования платной медицинской услуги.

**Учебная карта занятия.**

1. Собеседование по контрольным вопросам.

2. Решение ситуационных задач
3. Проверка результатов решения ситуационных задач
4. Обсуждение результатов занятия.

**Вопросы для подготовки по теме.**

1. Платная медицинская услуга - определение характеристика.
2. Нормативно-правовая база организации платных медицинских услуг в медицинской организации.
3. 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»
4. Модели организации оказания платных медицинских услуг: их преимущества и недостатки.
5. Ценообразование – понятие, факторы, влияющие на него, цели ценовой политики медицинской организации.
6. Цена – определение, виды цен.
7. Стратегии ценообразования.
8. Механизм и процесс ценообразования.
9. Способы установления цен, система цен в стоматологии
10. Методики расчета затрат и цен различными методами. Классификация расходов для принятия решения и планирования стоимости медицинской услуги
11. Основные этапы ценообразования платной медицинской услуги, особенности в стоматологии.
12. Себестоимость – определение, способы, структура себестоимости платной услуги.
13. Формирование цены платной услуги, её структура, методики ценообразования в стоматологии.
14. Прибыли и рентабельность, виды, характеристика, уравнение безубыточности, маржинальный доход.

**Тема:** Конкуренция на рынке медицинских товаров и услуг

**Цели занятия:** ознакомить обучающихся с теоретическими основами и методологией спроса, основами потребительского поведения, с конкуренцией на рынке медицинских товаров и услуг.

**Учебная карта занятия.**

1. Собеседование по контрольным вопросам.
2. Решение ситуационных задач
3. Проверка результатов решения ситуационных задач
4. Обсуждение результатов занятия.

**Вопросы для подготовки по теме.**

1. Рыночное ценообразование в здравоохранении, спрос и предложение, их законы, кривые, детерминанты.
2. Сущность и виды рыночного равновесия, равновесная рыночная цена.
3. Эластичность спроса и предложения, ее факторы.
4. Предпосылки, необходимые для развития рынка в здравоохранении.
5. Основы теории потребительского поведения.
6. Естественная и рыночная монополия – понятие, примеры в здравоохранении.
7. Сущность и природа конкуренции.
8. Характеристика основных видов конкуренции, уровни, примеры в здравоохранении.
9. Роль конкурентов рынка медицинских услуг, недобросовестная конкуренция.
10. Методы государственного регулирования рынка в здравоохранении.
11. Конкурентные стратегии, понятие, виды, выбор конкурентной стратегии.

12. «Пять конкурентных сил» Майкла Портера и формирование стратегической позиции организации на рынке.
13. Ценовая конкуренция, особенности ценообразования и формирования цены
14. Конкурентное преимущество – понятие, формирование.
15. Конкурентоспособность товаров и услуг в здравоохранении – параметры, виды, примеры в здравоохранении.
16. Формирование портфеля медицинских товаров и услуг с учетом привлекательности рынка и конкурентоспособности рыночного продукта.
17. Методы и показатели оценки конкурентоспособности медицинских услуг.

**Тема.** Разработка маркетинговой стратегии

**Цели занятия:** ознакомить обучающихся с теоретическими основами и методологией разработки и выбора маркетинговой стратегии

**Учебная карта занятия.**

1. Собеседование по контрольным вопросам.
2. Решение ситуационных задач
3. Проверка результатов решения ситуационных задач
4. Обсуждение результатов занятия.

**Вопросы для подготовки по теме.**

1. Основные принципы и методы планирования в здравоохранении.
2. Стратегическое планирование в здравоохранении в медицинской организации, основные элементы и задачи.
3. Стратегический маркетинг, понятие, задачи, стратегические цели медицинской организации.
4. Составляющие стратегического анализа.
5. Разработка стратегии медицинской организации.
6. Виды маркетинговых стратегий.
7. Выбор целевых сегментов рынка по Ф. Котлеру.
8. Ситуационный (SWOT) анализ, понятие, методика проведения, варианты выбора стратегий.
9. Виды маркетинговых стратегий в зависимости от позиционирования продукта на рынке, матрица Ансоффа.
10. Виды маркетинговых стратегий в зависимости от положения организации на рынке, стратегический квадрант Райса-Траута.
11. Стратегии развития медицинской организации, классификация, характеристика.
12. Стратегии продвижения.
13. Стратегии маркетинга на различных этапах жизненного цикла услуги.
14. Стратегический и ценовой маркетинг услуг медицинского назначения, стратегия ценообразования.
15. Стратегия онлайн-маркетинга.
16. Выбор маркетинговой стратегии медицинской организации и оценка её эффективности.
17. Аудит стратегии маркетинга медицинской организации.

**Тема:** Маркетинговый план и индикаторы эффективности

**Цели занятия:** обучающихся с теоретическими основами и методологией управления маркетингом в медицинской организации.

**Учебная карта занятия.**

1. Собеседование по контрольным вопросам.
2. Решение ситуационных задач
3. Проверка результатов решения ситуационных задач
4. Обсуждение результатов занятия.

**Вопросы для подготовки по теме.**

1. Управление маркетингом. Средства маркетинга в медицинской организации.
2. Внутренний и внешний маркетинг, директ-маркетинг.

3. Маркетинговый цикл.
4. Маркетинговый план, понятие, структура, цели, применение.
5. Разработка маркетингового плана, этапы планирования различными методиками.
6. Индикаторы эффективности маркетинга.
7. Маркетинговый контроль, понятия, средства контроля.
8. Возможные сценарии развития маркетинговой ситуации в медицинской организации.
9. Система управления взаимоотношения с клиентами, CRM.
10. Стратегия удержания и повышения лояльности потребителя медицинских услуг, клиентоориентированность.
11. Стратегия повышения конверсии, обратная связь, каналы и инструменты обратной связи.
12. Маркетинговая политика организации.
13. Алгоритм разработки маркетинговой деятельности медицинской организации, цели и инструменты работы, маркетинговый бюджет.
14. Методики расчета экономических показателей стоматологической поликлиники, повышение доходности и сокращение расходов.

**Тема:** Кадровый менеджмент в здравоохранении

**Цели занятия:** ознакомить обучающихся с основными понятиями менеджмента, спецификой и особенностями управленческой деятельности в медицинской организации, навыкам принятия управленческих решений.

**Учебная карта занятия.**

1. Собеседование по контрольным вопросам.
2. Решение ситуационных задач
3. Проверка результатов решения ситуационных задач
4. Обсуждение результатов занятия.

**Вопросы для подготовки по теме.**

1. Менеджмент: определение, объект и субъект менеджмента.
2. Функции и менеджмента.
3. Принципы управления, их характеристика.
4. Уровни и основные функции управления в системе здравоохранения.
5. Классификация методов управления.
6. Цикл управленческой деятельности.
7. Планирование и организация как функция управления.
8. Стимулирование и мотивация как функции управления.
9. Принципы и методы мотивация персонала.
10. Виды и причины демотивации персонала.
11. Контроль как функция управления. Функции, виды, технологии контроля.
12. Система управления персоналом.
13. Управленческое решение: определение, функции, классификация.
14. Требования к управленческому решению, методы принятия.
15. Технология делегирования полномочий.
16. Стили управления персоналом, виды, характеристика, критерии.
17. Ситуационное руководство и адаптивный менеджмент, типы сотрудников.

**Тема:** Командообразование в медицинской организации

**Цели занятия:** ознакомить обучающихся с основными понятиями менеджмента, спецификой и особенностями управленческой деятельности в медицинской организации, навыкам принятия управленческих решений.

**Учебная карта занятия.**

1. Собеседование по контрольным вопросам.
2. Решение ситуационных задач
3. Проверка результатов решения ситуационных задач

4. Обсуждение результатов занятия.

**Вопросы для подготовки по теме.**

1. Основные виды управления в медицинской организации.
2. Управленческая решетка Моутона-Блейка. Критерий ориентации на сотрудников или на выполнение задач.
3. Система отбора персонала, адаптация персонала.
4. Система аттестации и оценки результатов труда.
5. Понятие о коммуникации с персоналом, обратная связь.
6. Методы командной работы при подготовке управленческих решений.
7. Особенности принятия решений в группе.
8. Команда – определение, отличие от группы.
9. Категории команд, характеристика.
10. Модель эффективной команды и роли в команде. Командообразование.
11. Основные принципы командообразования.
12. Факторы, оказывающие влияние на успешность команды.
13. Основные формы управления командой.
14. Модели развития команды, стадии развития.
15. Алгоритм для построения команды.
16. Характеристика эффективной команды.
17. Создание проектных команд.

**Тема:** Защита концепт бизнес-плана «Модель стоматологической клиники»

**Цели занятия:** ознакомить обучающихся с теоретическими основами и методологией составления и представления бизнес-плана медицинской организации.

**Учебная карта занятия.**

1. Собеседование по контрольным вопросам.
2. Разработка концепт бизнес-плана «Модель стоматологической клиники»
3. Представление концепт бизнес-плана «Модель стоматологической клиники»
4. Обсуждение результатов занятия.

**Вопросы для подготовки по теме.**

1. Влияние рыночных отношений на экономику здравоохранения и медицинской организации
2. Законодательная база предпринимательства.
3. Организационно-правовые формы и виды предпринимательской деятельности в здравоохранении
4. Характеристика форм и возможностей предпринимательской деятельности в стоматологии.
5. Методы бизнес-планирования.
6. Правила и стандарты формирования бизнес-планирования в организациях здравоохранения.
7. Требования к элементам бизнес-планов.
8. Концепт бизнес-план, характеристика, условия старта бизнес-проекта.
9. Защита бизнес-планов.
10. Особенности бизнес-планирования в стоматологии.
11. Финансовое планирование в здравоохранении, его источники
12. Финансовый контроль в здравоохранении
13. Основные приёмы и виды экономического анализа медицинской организации.
14. Критерии оценки эффективности использования основных фондов.
15. Показатели использования медицинской техники и персонала.
16. Основные направления анализа финансовых средств медицинской организации.
17. Цикл управленческой деятельности.
18. Система управления персоналом.
19. Принципы и методы мотивация персонала.
20. Виды и причины демотивации персонала.

21. Нормативно-правовая база организации платных медицинских услуг в медицинской организации.
22. Условия предоставления платных медицинских услуг в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 11.05.2023 N 736 «Правила предоставления медицинскими организациями платных медицинских услуг»
23. Стратегии ценообразования.
24. Способы установления цен, система цен в стоматологии
25. Формирование цены платной услуги, её структура, методики ценообразования стоматологии.
26. Прибыли и рентабельность, виды, характеристика, уравнение безубыточности, маржинальный доход.
27. Роль конкурентов рынка медицинских товаров и услуг, недобросовестная конкуренция.
28. Методы государственного регулирования рынка в здравоохранении.
29. Конкуренция на рынке медицинских товаров и услуг, уровни.
30. Методы и показатели оценки конкурентоспособности медицинских товаров и услуг.
31. Роль конкурентов рынка медицинских товаров и услуг, недобросовестная конкуренция.
32. Формирование портфеля медицинских товаров и услуг с учетом привлекательности рынка и конкурентоспособности рыночного продукта.
33. Элементы внутренней и внешней маркетинговых сред.
34. PEST-анализ (или STEP-анализ), применение, методика проведения.
35. Факторы, определяющие формирование маркетингового потенциала организации.
36. Маркетинговый комплекс (микс-маркетинг), понятие, характеристика его составляющих.
37. Каналы продвижения медицинских услуг: понятие, виды, характеристика, особенности на рынке медицинских товаров и услуг.
38. Факторы и параметры, используемые при сегментировании рынка медицинских услуг.
39. Позиционирование, понятие, варианты позиционирования на рынке медицинских услуг, технологии, этапы.
40. Целевые группы потребителей, портрет потребителя.
41. Выбор целевых сегментов рынка по Ф. Котлеру.
42. Ситуационный (SWOT) анализ, понятие, методика проведения, варианты выбора стратегий.
43. Виды маркетинговых стратегий в зависимости от позиционирования продукта на рынке, матрица Ансоффа.
44. Виды маркетинговых стратегий в зависимости от положения организации на рынке, стратегический квадрант Райса-Траута.
45. Стратегии продвижения.
46. Выбор маркетинговой стратегии медицинской организации, её эффективность.
47. Управление маркетингом.
48. Разработка маркетингового плана, этапы планирования маркетинга.
49. Индикаторы эффективности маркетинга.
50. Маркетинговый контроль, понятия, средства контроля
51. Система управления взаимоотношения с клиентами CRM.
52. Стратегия удержания и повышения лояльности потребителя медицинских услуг, клиентоориентированность.
53. Стратегия повышения конверсии, обратная связь, каналы и инструменты обратной связи.

## САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

**Тема:** Экономическая среда и медицинские организации. Взаимоотношения субъектов экономических отношений

**Вопросы по теме для самостоятельного изучения:**

1. Понятие макроэкономики.
2. Понятие микроэкономики.
3. Современное состояние экономики России.
4. Современное состояние экономики Челябинской области.
5. Понятие и предмет экономики здравоохранения.
6. Задачи экономики здравоохранения.
7. Экономическая среда медицинской организации.
8. Субъекты экономических отношений.
9. Особенности взаимоотношения субъектов экономических отношений в здравоохранении.

**Список литературы**

1. Улумбекова, Г.Э. Общественное здоровье и здравоохранение. Национальное руководство: практическое руководство / Г.Э. Улумбекова, В.А. Медик. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2022. - 1144 с. - 978-5-9704-6723-7. - Текст: электронный. // Geotar: [сайт]. - URL:
2. Экономика здравоохранения: учебник для вузов по специальностям "Экономика", "Лечебное дело", "Педиатрия", "Стоматология" / под редакцией М. Г. Колосницыной, И. М. Шеймана, С. В. Шишкина. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2022. - 461 - 978-5-9704-6553-0. <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970467237.html> (дата обращения: 26.04.2024).
4. Колесникова, С.С. Экономика здравоохранения: учебное пособие / С.С. Колесникова, М.А. Василенко. - Москва: Феникс, 2023. - 313 с. - 978-5-222-35277-9. - Текст: электронный. // Geotar: [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785222352779.html> (дата обращения: 26.04.2024).
5. Решетников, А.В. Экономика здравоохранения: учебник / А.В. Решетников. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2015. - 192 с. - ISBN 978-5-9704-3136-8. - Текст: электронный. // Geotar: [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970431368.html> (дата обращения: 26.04.2024).

**Тема №2:** Экономика в системе управления медицинскими организациями.

**Вопросы по теме для самостоятельного изучения:**

1. Здоровье населения как экономическая категория.
2. Место здоровья в системе ценностей населения России.
3. Потребность в медицинских услугах и их место в общей системе потребностей населения.
4. Роль основных средств производства в экономике здравоохранения.
5. Отраслевая структура экономики здравоохранения.
6. Расходование финансовых средств в учреждениях здравоохранения по экономической классификации расходов.
7. Динамика изменения цен на медицинские услуги в России.
8. Регулирование структуры себестоимости в медицинской организации
9. Формирование прибыльности медицинской организации, использование при управлении медицинскими организациями.

**Список литературы**

1. Улумбекова, Г.Э. Общественное здоровье и здравоохранение. Национальное руководство: практическое руководство / Г.Э. Улумбекова, В.А. Медик. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2022. - 1144 с. - 978-5-9704-6723-7. - Текст: электронный. // Geotar: [сайт]. - URL:
2. Экономика здравоохранения: учебник для вузов по специальностям "Экономика", "Лечебное дело", "Педиатрия", "Стоматология" / под редакцией М. Г. Колосницыной, И. М.

Шеймана, С. В. Шишкина. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2022. - 461 - 978-5-9704-6553-0. <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970467237.html> (дата обращения: 26.04.2024).

3. Константинов, В.И. Маркетинг: учебное пособие / В.И. Константинов. - Москва: Инфра-Инженерия, 2023. - 236 с. - 978-5-9729-1146-2. - Текст: электронный. // Geotar: [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785972911462.html> (дата обращения: 26.04.2024).

4. Тавберидзе, К.Ю. Цифровой маркетинг в сфере здравоохранения; Общественное здоровье и здравоохранение: 2023. 18-26. / К.Ю. Тавберидзе. - 2023.

5. Колесникова, С.С. Экономика здравоохранения: учебное пособие / С.С. Колесникова, М.А. Василенко. - Москва: Феникс, 2023. - 313 с. - 978-5-222-35277-9. - Текст: электронный. // Geotar: [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785222352779.html> (дата обращения: 26.04.2024).

6. Решетников, А.В. Экономика здравоохранения: учебник / А.В. Решетников. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2015. - 192 с. - ISBN 978-5-9704-3136-8. - Текст: электронный. // Geotar: [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970431368.html> (дата обращения: 26.04.2024).

### **Тема №3: Жизненный цикл развития организации**

#### **Вопросы по теме для самостоятельного изучения:**

1. Понятие жизненного цикла организации.
2. Структура жизненного цикла организации
3. Характеристика отдельных этапов цикла.
4. Детерминистские и принудительные цели на этапах жизненного цикла.
5. Приоритеты в различные возрастные периоды организации.
6. Проблемы, возникающие на разных этапах жизненного цикла.
7. Планирование деятельности на каждом этапе жизненного цикла организации.
8. Деятельность руководителя на разных этапах жизненного цикла

#### **Список литературы**

1. Экономика здравоохранения: учебник для вузов по специальностям "Экономика", "Лечебное дело", "Педиатрия", "Стоматология" / под редакцией М. Г. Колосницыной, И. М. Шеймана, С. В. Шишкина. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2022. - 461 - 978-5-9704-6553-0. <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970467237.html> (дата обращения: 26.04.2024).

2. Константинов, В.И. Маркетинг: учебное пособие / В.И. Константинов. - Москва: Инфра-Инженерия, 2023. - 236 с. - 978-5-9729-1146-2. - Текст: электронный. // Geotar: [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785972911462.html> (дата обращения: 26.04.2024).

3. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер: практическое руководство / Ф. Котлер. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 211 с. - 978-5-9614-5016-3. - Текст: электронный. // Geotar: [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961450163.html> (дата обращения: 26.04.2024).

4. Тавберидзе, К.Ю. Цифровой маркетинг в сфере здравоохранения; Общественное здоровье и здравоохранение: 2023. 18-26. / К.Ю. Тавберидзе. - 2023.

5. Колесникова, С.С. Экономика здравоохранения: учебное пособие / С.С. Колесникова, М.А. Василенко. - Москва: Феникс, 2023. - 313 с. - 978-5-222-35277-9. - Текст: электронный. // Geotar: [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785222352779.html> (дата обращения: 26.04.2024).

### **Тема №4: Государственное регулирование ценообразования и рекламы медицинских услуг**

#### **Вопросы для подготовки по теме.**

1. Документы, регламентирующие оказание платных медицинских услуг в медицинской организации.
2. Предоставление платных медицинских услуг в медицинской организации частной формы собственности.

3. Особенности предоставления платных медицинских услуг в медицинской организации государственной формы собственности.
4. Документы, регулирующие вопросы формирования цены в медицинских организациях различных форм собственности.
5. Особенности рекламной деятельности в медицинской организации.
6. Продвижение медицинской организации с помощью он-лайн маркетинга.
7. Документы, налагающие ограничения на рекламу в медицинских организациях.
8. Ответственность, налагаемая на медицинские организации при нарушении ФЗ «О рекламе»

#### **Список литературы**

1. Улумбекова, Г.Э. Общественное здоровье и здравоохранение. Национальное руководство: практическое руководство / Г.Э. Улумбекова, В.А. Медик. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2022. - 1144 с. - 978-5-9704-6723-7. - Текст: электронный. // Geotar: [сайт]. - URL:
2. Экономика здравоохранения: учебник для вузов по специальностям "Экономика", "Лечебное дело", "Педиатрия", "Стоматология" / под редакцией М. Г. Колосницыной, И. М. Шеймана, С. В. Шишкина. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2022. - 461 - 978-5-9704-6553-0.<https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970467237.html> (дата обращения: 26.04.2024).
3. Константинов, В.И. Маркетинг: учебное пособие / В.И. Константинов. - Москва: Инфра-Инженерия, 2023. - 236 с. - 978-5-9729-1146-2. - Текст: электронный. // Geotar: [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785972911462.html> (дата обращения: 26.04.2024).
4. Колесникова, С.С. Экономика здравоохранения: учебное пособие / С.С. Колесникова, М.А. Василенко. - Москва: Феникс, 2023. - 313 с. - 978-5-222-35277-9. - Текст: электронный. // Geotar: [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785222352779.html> (дата обращения: 26.04.2024).
5. Решетников, А.В. Экономика здравоохранения: учебник / А.В. Решетников. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2015. - 192 с. - ISBN 978-5-9704-3136-8. - Текст: электронный. // Geotar: [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970431368.html> (дата обращения: 26.04.2024).

#### **Тема №5: Этапы управления персоналом**

##### **Вопросы по теме для самостоятельного изучения:**

##### **Вопросы для подготовки по теме.**

1. Понятие управления, его виды.
2. Особенности управленческой деятельности в здравоохранении.
3. Управление персоналом, понятие, основные составляющие.
4. Классификация способов управления персоналом
5. Этапы управления персоналом.
6. Применение управленческих решений на различных этапах управления персоналом.
7. Текучесть кадров.
8. Мероприятия по предупреждению увольнения персонала.
9. Законодательные особенности оценки персонала в медицинских организациях.

#### **Список литературы**

1. Улумбекова, Г.Э. Общественное здоровье и здравоохранение. Национальное руководство: практическое руководство / Г.Э. Улумбекова, В.А. Медик. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2022. - 1144 с. - 978-5-9704-6723-7. - Текст: электронный. // Geotar: [сайт]. - URL:
2. Экономика здравоохранения: учебник для вузов по специальностям "Экономика", "Лечебное дело", "Педиатрия", "Стоматология" / под редакцией М. Г. Колосницыной, И. М. Шеймана, С. В. Шишкина. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2022. - 461 - 978-5-9704-6553-0.<https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970467237.html> (дата обращения: 26.04.2024).
3. Тавберидзе, К.Ю. Цифровой маркетинг в сфере здравоохранения; Общественное

здоровье и здравоохранение: 2023. 18-26. / К.Ю. Тавберидзе. - 2023.

4. Колесникова, С.С. Экономика здравоохранения: учебное пособие / С.С. Колесникова, М.А. Василенко. - Москва: Феникс, 2023. - 313 с. - 978-5-222-35277-9. - Текст: электронный. // Geotar: [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785222352779.html> (дата обращения: 26.04.2024).

5. Решетников, А.В. Экономика здравоохранения: учебник / А.В. Решетников. - Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2015. - 192 с. - ISBN 978-5-9704-3136-8. - Текст: электронный. // Geotar: [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970431368.html> (дата обращения: 26.04.2024).