

Вопросы к зачету по дисциплине Экономика здравоохранения

Специальность 32.05.01 Медико-профилактическое дело

1. Экономика, определение, функции. Уровни анализа экономической теории.
2. Экономика здравоохранения, определение и её цель, объект и предмет изучения.
3. Основные задачи и методы экономики здравоохранения.
4. Уровни экономических отношений в здравоохранении, задачи.
5. Эффективность, определение, виды, характеристика и методика расчета эффективности в здравоохранении
6. Экономический эффект в здравоохранении.
7. Экономический ущерб в здравоохранении, определение, виды, структура экономического ущерба в здравоохранении.
8. Характеристика экономического ущерба вследствие заболеваемости, инвалидности, смертности населения.
9. Финансирование, определение, основные понятия. Финансово–кредитная система РФ.
10. Финансовые институты и финансовые ресурсы здравоохранения РФ, базовые понятия. Источники финансового обеспечения в сфере охраны здоровья.
11. Финансовое планирование в здравоохранении, виды, основные этапы. Каналы финансирования медицинских организаций разных форм собственности.
12. Бюджетное финансирование здравоохранения.
13. Финансирование здравоохранения в условиях обязательного медицинского страхования.
14. Финансовая среда и финансовые ресурсы медицинской организации.
15. Основные направления расходования финансовых средств в медицинской организации.
16. Оплата труда в здравоохранении Определение и функции заработной платы
17. Характеристика основных форм оплаты труда, используемых в системе здравоохранения. Порядок формирования заработной платы в медицинских организациях.
18. Контрактная форма оплаты труда. Эффективный контракт в медицинской организации, порядок заключения и критерии.
19. Платная медицинская услуга – определение, характеристика. Нормативно-правовая база организации платных медицинских услуг в медицинской организации.
20. 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»
21. Информация об исполнителе и представляемым им платных медицинских услуг. Обязанности и ответственность медицинской организации при оказании платных медицинских услуг
22. Содержание типового договора на оказание платной медицинской услуги. Порядок возмещения ущерба при обнаружении недостатков платных медицинских услуг, в т.ч. в дистанционной форме.
23. Модели организации оказания платных медицинских услуг: их преимущества и недостатки. Организация расчета за платную медицинскую услугу, дистанционное взаимодействие
24. Цена – определение, виды цен. Ценообразование – понятие, факторы, влияющие на него, цели ценовой политики медицинской организации.
25. Стратегии ценообразования. Механизм и процесс ценообразования.
26. Способы установления цен. Методики расчета затрат и цен различными методами. Классификация расходов для принятия решения и планирования стоимости медицинской услуги.

27. Основные этапы ценообразования платной медицинской услуги. Себестоимость – определение, способы, структура в платной услуге.
28. Формирование цены платной медицинской услуги, её структура, методики, уравнение безубыточности, маржинальный доход.
29. Сущность и задачи экономического анализа деятельности медицинской организации. Виды экономического анализа
30. Классификация ресурсов. Основные направления экономического анализа медицинской организации.
31. Материальные ресурсы, определение, виды. Основные фонды, определение, показатели эффективности использования.
32. Показатели стоимости, состояния и движения основных фондов. Эффективность использования оборотных средств медицинской организации.
33. Показатель использования коечного фонда, критерии эффективности. Показатели эффективности использования медицинского оборудования.
34. Показатели использования трудовых ресурсов, критерии эффективности.
35. Финансовые ресурсы учреждений здравоохранения, определение, цель. Основные направления анализа финансовых средств медицинской организации.
36. Эффективность использования финансовых ресурсов. Показатели финансовой устойчивости медицинской организации.
37. Абсолютные и относительные финансовые показатели результатов деятельности медицинской организации.
38. Определение предпринимательской деятельности, основные принципы предпринимательства. Законодательная база предпринимательства.
39. Виды и правовые формы осуществления предпринимательской деятельности. Виды и функции предпринимательской деятельности в здравоохранении.
40. Основные классификационные признаки предпринимательства в здравоохранении, организационно-правовые формы.
41. Индивидуальный предприниматель, этапы прохождения физического лица в процессе официального получения статуса индивидуального предпринимателя. Виды и отличия коммерческих и некоммерческих организаций.
42. Юридические лица как субъекты предпринимательства, их права и обязанности.
43. Хозяйственные товарищества и общества, их виды, различия.
44. Акционерные общества и их виды, различия. Унитарное предприятие и производственный кооператив, особенности.
45. Достоинства и недостатки малого предпринимательства.
46. Формы и возможности предпринимательской деятельности в здравоохранении.
47. Ответственность за осуществление незаконной предпринимательской деятельности.
48. Маркетинг: понятие, принципы и функции. Базовые понятия маркетинга.
49. Виды спроса и виды маркетинговой деятельности.
50. Медицинская услуга как маркетинговая категория: определение, характеристика, виды, отличия от других услуг.
51. Маркетинговая среда: определение, виды, элементы, особенности в здравоохранении.
52. Маркетинговые исследования: понятие, виды, составляющие, основные направления.
53. Сегмент рынка, определение, критерии сегментации рынка медицинских услуг. Факторы и параметры, используемые при сегментировании рынка медицинских услуг.
54. Позиционирование, понятие, варианты позиционирования на рынке медицинских услуг, технологии, этапы.
55. Маркетинговый комплекс (микс-маркетинг), понятие, характеристика его составляющих.
56. Маркетинговые коммуникации: понятие, виды, характеристика, особенности на рынке медицинских товаров и услуг.

57. Этапы проведения рекламы, ограничения в рекламной деятельности, налагаемые на медицинские организации.
58. Инструменты маркетинга. Схема процесса управления медицинским маркетингом.

Заведующий учебной частью кафедры
Общественного здоровья и здравоохранения
31.08.2024

Л.Н. Семченко