

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ЦЕНТР «Компас»**

Отделение непрерывного медицинского образования



УТВЕРЖДАЮ

Директор

АО НОЦ «Компас»

М.С. Смирнова

«22» _____ 2022 г.

Приказ № 22/08/22/01-ОД от «22» августа 2022 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ ВРАЧЕЙ**

**«Технологии менеджмента и маркетинга в управлении медицинской
организацией»**

по специальности

«Организация здравоохранения и общественное здоровье»

Количество часов – 36 зачётных единиц трудоёмкости

г. Саратов

Разработчики программы:

- Заместитель директора АНО ДПО «НОЦ «КОМПАС» по научной и учебной работе, к.с.н., доцент, Лелюхин Сергей Викторович.
- Специалист в области организации здравоохранения и общественного здоровья, руководитель отделения НМО АНО ДПО «НОЦ «Компас», Лелюхина Ирина Вячеславовна.

Рецензенты:

- Декан факультета дополнительного профессионального образования Саратовского социально-экономического института Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, д.э.н., профессор, Семенова Галина Алексеевна.
- Заведующий кафедрой экономики и управления здравоохранением и фармацией ФГБОУ ВО «Саратовский государственный медицинский университет имени В.И. Разумовского Министерства здравоохранения Российской Федерации, д.м.н., профессор, Новокрещенова Ирина Геннадьевна.

Программа принята:

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации по специальности «Организация здравоохранения и общественное здоровье» (количество часов – 36) принята на заседании Педагогического совета АНО ДПО «НОЦ «Компас» протокол № 30 от «19» августа 2022 г.

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Управление медицинскими организациями (МО) в рыночной экономике фокусируется на поиске эффективных механизмов деятельности. Рынок медицинских услуг как совокупность существующих и потенциальных производителей и потребителей динамичный, высоко конкурентный, требует особого управленческого мастерства. Оценка рыночной ситуации как важный этап деятельности руководителя МО, включает различные методы сбора информации, её систематизацию, разработку управленческих решений и оценку достигнутых результатов с целью корректировки планов.

Для правильного планирования ресурсной базы, лечебных и диагностических услуг, способных удовлетворить потребность рынка, необходимо совершенствование имеющихся профессиональных компетенций руководителя. В практике трудовых действий специалиста-организатора здравоохранения присутствует оценка внешней среды МО. Для этого необходимо уметь разрабатывать планы деятельности МО на основе знаний основ стратегического менеджмента, методов планирования, новых технологий маркетинга, выходящих за рамки классических подходов.

Цель освоения дополнительной профессиональной программы повышения квалификации «Технологии менеджмента и маркетинга в управлении медицинской организацией» - это совершенствование и получение новых компетенций, необходимых для профессиональной деятельности в области организации здравоохранения и общественного здоровья, повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации, постоянное повышение качества лечебно-профилактической работы.

Категория обучаемых: врач-методист, врач-статистик, заведующий (начальник) структурного подразделения (отдела, отделения, лаборатории, кабинета, отряда), заместитель руководителя (начальника) медицинской организации, главный врач (начальник) медицинской организации, директор больницы (дома) сестринского ухода, хосписа, *получивший сертификат специалиста после 1 января 2016 года.*

Срок обучения: 2 недели

Трудоемкость программы - 36 зачётных единиц

Форма обучения: заочная

Режим занятий: 3 академических часа в день (1 академический час – 45 минут.)

При успешной аттестации обучающийся получает удостоверение о повышении квалификации (ФЗ № 273 от 29.12.12, установленный образец, третьего вида). Освоение программы необходимо для формирования портфолио с целью дальнейшей аккредитации специалиста.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

2.1. Требования к результатам освоения дополнительной профессиональной программы «Технологии менеджмента и маркетинга в управлении медицинской организацией»

Программа разработана на основании утверждённых профессиональных стандартов по специальностям, список которых представлен в таблице 1.

Таблица 1. Реквизиты профессиональных стандартов и их соответствие специальностям врачей.

	Код ПС	Наименование профессионального стандарта	Реквизиты приказа Минтруда России	Специальность
1	02.001	Врач - судебно-медицинский эксперт	№ 144н от 14.03.2018	Судебно-медицинская экспертиза
2	02.005	Врач-стоматолог	№ 227н от 10.05.2016	Стоматология общей практики
3	02.008	Врач – педиатр участковый	№ 306н от 27.03.2017	Педиатрия
4	02.009	Врач-лечебник (врач-терапевт участковый)	№ 293н от 21.03.2017	Терапия
5	02.017	Врач-офтальмолог	№ 470н от 05.06.2017	Офтальмология
6	02.021	Врач-оториноларинголог	№ 612н от 04.08.2017	Оториноларингология
7	02.022	Специалист в области организации здравоохранения и общественного здоровья	№ 708н от 07.01.2017	Организация здравоохранения и общественного здоровья
8	02.023	Врач-аллерголог-иммунолог	№ 138н от 14.03.2018	Аллергология и иммунология
9	02.024	Врач-инфекционист	№ 135н от 14.03.2018	Инфекционные болезни
10	02.026	Врач-неонатолог	№ 136н от 14.03.2018	Неонатология
11	02.028	Врач-эндокринолог	№ 132н от 14.03.2018	Эндокринология
12	02.030	Врач-нейрохирург	№ 141н от 14.03.2018	Нейрохирургия
13	02.031	Врач - детский хирург	№ 134н от 14.03.2018	Детская хирургия
14	02.032	Специалист в области клинической лабораторной диагностики	№ 145н от 14.03.2018	Клиническая лабораторная диагностика
15	02.033	Врач-дерматовенеролог	№ 142н от 14.03.2018	Дерматовенерология
16	02.034	Врач скорой медицинской	№ 133н от 14.03.2018	Скорая медицинская

		помощи		помощь
17	02.035	Врач - детский кардиолог	№ 139н от 14.03.2018	Детская кардиология
18	02.036	Врач-уролог	№ 137н от 14.03.2018	Урология
19	02.037	Врач-фтизиатр	№ 684н от 31.10.2018	Фтизиатрия
20	02.039	Специалист по медицинской реабилитации	№ 572н от 03.09.2018	Физическая и реабилитационная медицина, Лечебная физкультура и спортивная медицина, Рефлексотерапия, Физиотерапия
21	02.040	Врач – анестезиолог-реаниматолог	№ 554н от 27.08. 2018	Анестезиология-реаниматология
22	02.041	Врач-нефролог	№ 712н от 20.11.2018	Нефрология
23	02.043	Врач-хирург	№ 743н от 26.11.2018	Хирургия
24	02.044	Врач-травматолог-ортопед	№ 698н от 12.11.2018	Травматология и ортопедия
25	02.045	Врач - детский эндокринолог	№ 132н от 14.03.2018	Детская эндокринология
26	02.046	Врач-невролог	№ 51н от 29.01.2019	Неврология
27	02.047	Врач-ревматолог	№ 50н от 29.01.2019	Ревматология
28	02.048	Врач - челюстно-лицевой хирург	№ 337н от 15.06.2020	Челюстно-лицевая хирургия
29	02.049	Врач-гериатр	№ 413н от 17.06.2019	Гериатрия
30	02.050	Врач - колопроктолог	№ 69н от 11.02.2019	Колопроктология
31	02.051	Врач ультразвуковой диагностики	№ 161 от 19.03.2019	Ультразвуковая диагностика
32	02.052	Врач-гастроэнтеролог	№ 139н от 11.03.2019	Гастроэнтерология
33	02.053	Врач-гематолог	№ 68н от 11.02.2019	Гематология
34	02.054	Врач-генетик	№ 142н от 11.03.2019	Генетика
35	02.055	Врач функциональной диагностики	№ 138 от 11.03.2019	Функциональная диагностика
36	02.056	Врач - торакальный хирург	№ 140н от 11.03.2019	Торакальная хирургия
37	02.057	Врач-эндоскопист	№ 471н от 14.07.2021	Эндоскопия
38	02.058	Врач-пульмонолог	№ 154н от 19.03.2019	Пульмонология
39	02.059	Врач-токсиколог	№ 141н от 11.03.2019	Токсикология

40	02.060	Врач-рентгенолог	№ 160н от 19.03.2019	Рентгенология
41	02.061	Врач - клинический фармаколог	№ 477н от 31.07.2020	Клиническая фармакология
42	02.062	Врач-пластический хирург	№ 482н от 31.07.2020	Пластическая хирургия
43	02.076	Врач-косметолог	№ 2н от 13.01.2021	Косметология
44	02.078	Врач - детский уролог-андролог	№ 4н от 13.01.2021	Детская урология - андрология
45	02.079	Врач-трансфузиолог	№ 5н от 13.01.2021	Трансфузиология
46	02.081	Врач-остеопат	№ 358н от 02.06.2021	Остеопатия
47	02.082	Врач-диетолог	№ 359н от 02.06.2021	Диетология
48	02.084	Врач – акушер-гинеколог	№ 262н от 19.04.2021	Акушерство и гинекология
49	02.085	Врач-онколог	№ 360н от 02.06.2021	Онкология

Целевой аудиторией программы являются специалисты в области организации здравоохранения и общественного здоровья, которым необходимо усовершенствовать профессиональную компетенцию на основе ОТФ: D/04.8; E/01.8; F/04.8. Для обучения врачей других специальностей программа соответствует трудовой функции «Проведение анализа медико-статистической информации, ведение медицинской документации, организация деятельности находящегося в распоряжении медицинского персонала». Они совершают действия по руководству медицинскими работниками, занимающими должности среднего и младшего медицинского персонала должны, составлению плана работы и отчёта о своей работе».

Специалисты в области клинической лабораторной диагностики в рамках трудовой функции 3.3.5. «Планирование, организация и контроль деятельности лаборатории и ведение медицинской документации» должны знать основы менеджмента.

В соответствии с федеральным образовательным стандартом высшего образования – подготовка кадров высшей квалификации по программам ординатуры по специальности 31.08.36 Кардиология, утверждённым Приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 02.02.2022 г. № 105 специалист должен обладать универсальными компетенциями: УК-2. Способен разрабатывать, реализовывать проект и управлять им; УК-3. Способен руководить работой команды врачей, среднего и младшего медицинского персонала».

Коды трудовых функций представлены в таблице 2.

Таблица 2. Коды трудовой функции в профессиональных стандартах

	Код ПС	Наименование профессионального стандарта	Код трудовой функции	Специальность
1	02.001	Врач - судебно-медицинский эксперт	3.1.4.	Судебно-медицинская экспертиза
2	02.005	Врач-стоматолог	3.1.6.	Стоматология общей практики
3	02.008	Врач – педиатр участковый	3.1.5.	Педиатрия
4	02.009	Врач-лечебник (врач-терапевт участковый)	3.1.6.	Терапия
5	02.017	Врач-офтальмолог	3.1.6.	Офтальмология
6	02.021	Врач-отоларинголог	3.1.6.	Оториноларингология
7	02.022	Специалист в области организации здравоохранения и общественного здоровья	3.3.3, 3.4.4, 3.4.5, 3.5.3, 3.6.2.	Организация здравоохранения и общественного здоровья
8	02.023	Врач-аллерголог-иммунолог	3.1.5.	Аллергология и иммунология
9	02.024	Врач-инфекционист	3.1.7.	Инфекционные болезни
10	02.026	Врач-неонатолог	3.1.5.	Неонатология
11	02.028	Врач-эндокринолог	3.1.6.	Эндокринология
12	02.030	Врач-нейрохирург	3.1.7.	Нейрохирургия
13	02.031	Врач - детский хирург	3.1.7.	Детская хирургия
14	02.032	Специалист в области клинической лабораторной диагностики	3.3.5.	Клиническая лабораторная диагностика
15	02.033	Врач-дерматовенеролог	3.1.4.	Дерматовенерология
16	02.034	Врач скорой медицинской помощи	3.1.3.	Скорая медицинская помощь
17	02.035	Врач - детский кардиолог	3.1.5.	Детская кардиология
18	02.036	Врач-уролог	3.1.6.	Урология
19	02.037	Врач-фтизиатр	3.1.6.	Фтизиатрия
20	02.039	Специалист по медицинской реабилитации	3.1.5.	Физическая и реабилитационная медицина, Лечебная физкультура и

				спортивная медицина, Рефлексотерапия, Физиотерапия
21	02.040	Врач – анестезиолог-реаниматолог	3.1.3.	Анестезиология-реаниматология
22	02.041	Врач-нефролог	3.1.7.	Нефрология
23	02.043	Врач-хирург	3.1.6.	Хирургия
24	02.044	Врач-травматолог-ортопед	3.1.6.	Травматология и ортопедия
25	02.045	Врач - детский эндокринолог	3.1.6.	Детская эндокринология
26	02.046	Врач-невролог	3.1.7.	Неврология
27	02.047	Врач-ревматолог	3.1.6.	Ревматология
28	02.048	Врач - челюстно-лицевой хирург	3.1.6.	Челюстно-лицевая хирургия
29	02.049	Врач-гериатр	3.1.6.	Гериатрия
30	02.050	Врач - колопроктолог	3.1.6.	Колопроктология
31	02.051	Врач ультразвуковой диагностики	3.1.2.	Ультразвуковая диагностика
32	02.052	Врач-гастроэнтеролог	3.1.6.	Гастроэнтерология
33	02.053	Врач-гематолог	3.1.7.	Гематология
34	02.054	Врач-генетик	3.1.7.	Генетика
35	02.055	Врач функциональной диагностики	3.1.6.	Функциональная диагностика
36	02.056	Врач - торакальный хирург	3.1.6.	Торакальная хирургия
37	02.057	Врач-эндоскопист	3.1.3.	Эндоскопия
38	02.058	Врач-пульмонолог	3.1.7.	Пульмонология
39	02.059	Врач-токсиколог	3.1.6.	Токсикология
40	02.060	Врач-рентгенолог	3.1.3.	Рентгенология
41	02.061	Врач - клинический фармаколог	3.1.7.	Клиническая фармакология
42	02.062	Врач-пластический хирург	3.1.6.	Пластическая хирургия
43	02.076	Врач-косметолог	3.1.3.	Косметология
44	02.078	Врач - детский уролог-андролог	3.1.6.	Детская урология - андрология

45	02.079	Врач-трансфузиолог	3.1.6.	Трансфузиология
46	02.081	Врач-остеопат	3.1.5.	Остеопатия
47	02.082	Врач-диетолог	3.1.6.	Диетология
48	02.084	Врач – акушер-гинеколог	3.1.6.	Акушерство и гинекология
49	02.085	Врач-онколог	3.1.6.	Онкология

В результате освоения дополнительной профессиональной программы у специалиста должны быть сформированы и усовершенствованы компетенции:

- Проектирование и организация процессов деятельности медицинской организации
- Способностью находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность.
- Умение применять количественные и качественные методы исследования при принятии управленческих решений и строить экономические, финансовые и организационно-управленческие модели.

2.2. В результате освоения программы обучающийся должен:

Знать - теорию управления и организации труда, включая основы проектного и программно-целевого управления; основы менеджмента; методы планирования, виды и структура планов.

Уметь - разрабатывать планы деятельности организации, разрабатывать программы, осуществлять постановку целей и формулировать задачи, определять приоритеты.

Иметь навыки - разработка планов перспективного развития структурных подразделений медицинской организации; оценка внешней среды медицинской организации.

3. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование раздела (модуля)	Всего, час./зет	В том числе			
			Лекции, час.	Практические. Лабораторные. Семинары. Консультации. Зачеты. Экзамены, час.	СР/Практическая подготовка	Форма контроля
1	Основы стратегического менеджмента	18	12	6	0	Промежуточная аттестация – контрольная работа
1.1.	Основные понятия стратегического менеджмента	6	6	0	0	
1.2.	Методы планирования, принципы, виды и структура планов	3	3	0	0	
1.3	SWOT-анализ как система сбора и анализа информации для обоснования проектов развития медицинской организации	9	3	6	0	
2	Основы маркетинга	15	12	3	0	Промежуточная аттестация – контрольная работа
2.1.	Классический и современный маркетинг	3	3	0	0	
2.2.	Сегментирование	6	6	0	0	
2.3.	Методы и методики сбора информации	6	3	3	0	
3	Итоговая аттестация	3	0	3	0	
	ИТОГО:	36	24	12	0	

4. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

№ п/п	Наименование раздела (модуля)	Всего, час./зет по учебному плану	1 неделя	2 неделя	Всего выполнено часов
1	Основы стратегического менеджмента	18	18	0	18
2	Основы маркетинга	15	0	15	15
3	Итоговая аттестация	3	0	3	3
	ИТОГО нагрузка:	36	18	18	36

5. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

5.1. Рабочая программа раздела 1. Основы стратегического менеджмента

Задачи: выработка общих представлений о предмете и проблемах стратегического менеджмента; овладение основными категориями и основными понятиями данной дисциплины; формирование современного экономического мышления на основе выработки представлений о сущности, принципах и методах стратегического менеджмента.

Планируемые результаты:

Знать - теорию управления и организации труда, включая основы проектного и программно-целевого управления; основы менеджмента; методы планирования, виды и структура планов.

Уметь - разрабатывать планы деятельности организации, разрабатывать программы, осуществлять постановку целей и формулировать задачи, определять приоритеты.

Иметь навыки - оценка внешней среды медицинской организации.

Тематический план

Код	Наименование тем
1.	Основы стратегического менеджмента
1.1.	Основные понятия стратегического менеджмента
1.2.	Методы планирования, принципы, виды и структура планов
1.3.	SWOT-анализ как система сбора и анализа информации для обоснования проектов развития медицинской организации

Содержание раздела

- *Основные понятия стратегического менеджмента.* Понятие менеджмента по Р. Дафту. Понятие обучающей организации. Четыре функции менеджмента. Мастерство менеджера. Три группы навыков менеджера. Уровни менеджмента в организационной иерархии медицинской организации. Понятие цели. Понятие плана. Понятие планирования. Организационные уровни планов и целей. Миссия медицинской организации.

- *Методы планирования, принципы, виды и структура планов.* Типы и модели планирование. Планирование по целям. Виды планов. Стратегические цели и планы. Тактические цели и планы. Операционные цели и планы.

- *SWOT-анализ как система сбора и анализа информации для обоснования проектов развития медицинской организации.* Анализ сильных и слабых сторон организации. Анализ возможностей и угроз внешней среды. Матрица SWOT-анализа.

5.2. Рабочая программа раздела 2. Основы маркетинга

Задачи: изучение основных концепций и подходов к маркетингу, формирование теоретических и практических знаний в сфере маркетинга; принципы, методы, функции и инструментарий в системе маркетинга; методы исследований в маркетинге.

Планируемые результаты:

Знать - теорию управления и организации труда, включая основы проектного и программно-целевого управления.

Уметь - разрабатывать планы деятельности организации.

Иметь навыки - разработка планов перспективного развития структурных подразделений медицинской организации.

Тематический план

Код	Наименование тем
2.	Основы маркетинга
2.1.	Классический и современный маркетинг
2.2.	Сегментирование
2.3.	Методы и методики сбора информации

Содержание раздела

- *Классический и современный маркетинг.* Основные понятия маркетинга по Ф. Котлеру. Современные концепции. Постмодернизм в маркетинге.
- *Сегментирование.* Четыре способа сегментирования: описательное, по выгодам, поведенческое и по стилю жизни. Конкуренция. Позиционирование товара. Выбор целевого сегмента.
- *Методы и методики сбора информации.* Количественные методы исследования. Качественные методы: анализ документов, контент-анализ, фокус-группа, глубинное интервью, экспертная оценка, метод наблюдения.

6. ЛИТЕРАТУРА

Основная литература

1. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. М.: Магистр: ИНФРА-М, 2014.
2. Дафт Р. Л. Менеджмент. СПб.: Питер, 2011.
3. Друкер П. Эффективный руководитель. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018.
4. Иорданская Н.А. Маркетинг в здравоохранении. Н. Новгород: НижГМА, 2017.
5. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. СПб.: Питер, 2018.
6. Пикетти Т. Капитал в XXI веке. М.: Ад Маргинем, 2016.
7. Сабанов, В.И. Организация и управление деятельностью больницы. Волгоград: ВолгГМУ, 2014.
8. Траут Д. Новое позиционирование. СПб.: «Питер», 2016. – 192 с.
9. Чепурных, М.Е. Стратегия клиентоориентированной фирмы в сфере здравоохранения. – Пермь: Кн. формат, 2014.

Дополнительная литература

10. Бучанан Р. Враг внутри. Когда покупатели думают, что нам не до них. СПб.: Питер, 2003.
11. Виханский О.С. Стратегическое управление. М.: Экономистъ, 2006.
12. Гладуэлл М. Переломный момент: как незначительные изменения приводят к глобальным переменам. М.: Издательский дом «Вильямс», 2006.
13. Де Марко Т. Deadline. Роман об управлении проектами. М.: Вершина, 2008.
14. Дорошенко Г.В., Литвинова Н.И., Пронина Н.А. Менеджмент в здравоохранении. М.: Форум: ИНФРА-М, 2008.
15. Дьяченко, В.Г. Управление качеством медицинской помощи. Хабаровск: Изд-во ДВГМУ, 2013.
16. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. СПб.: Питер, 2006.
17. Малахова Н.Г. Маркетинг в здравоохранении. М.: Феникс, 2010.
18. Нордстрем К. А., Риддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк. Капитал пляшет под дудку таланта. СПб.: «Стокгольмская школа экономики в Санкт – Петербурге», 2002.
19. Пайн II Д.Б., Гилмор Д.Х. Экономика впечатлений: работа – это театр, а каждый бизнес – сцена. М.: Издательский дом «Вильямс», 2005.
20. Питерс Т.Д., Уотерман-мл. Р.Х. В поисках совершенства: уроки самых успешных компаний Америки. М.: Издательский дом «Вильямс», 2005.
21. Риддерстрале Й., Нордстрем К. Караоке-капитализм. Менеджмент для человечества. СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2008.
22. Саттон Д., Кляйн Т. Новая наука маркетинга. Маркетинговое управление предприятием. СПб.: Питер, 2004.
23. Уразова О.Н., Блохина М.В., Шулаев О.В., Моисеева Г.А. Менеджмент в здравоохранении. Казань: Медицина, 2011.
24. Шейн Э. Организационная культура и лидерство. СПб: Питер, 2012.

7. ОРГАНИЗАЦИОННО–ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

Для реализации дополнительной профессиональной образовательной программы повышения квалификации по специальности «Организация здравоохранения и общественное здоровье» центр располагает наличием:

1. учебно-методической документации и материалов.
2. учебно-методической литературы для внеаудиторной работы обучающихся.
3. платформой для корпоративного обучения Moodle, которая соответствует всем критериям электронной информационно-образовательной среды, позволяя решить вопрос идентификации личности при подтверждении результатов обучения и осуществлять образовательный процесс.

По изучаемым дисциплинам установлен перечень обязательных видов работы слушателя, включающий:

- Выполнение контрольных работ.
- Регулярное изучение литературы, рекомендованной для освоения программы.

Текущий и промежуточный контроль успеваемости слушателя по дисциплинам осуществляется преподавателем путем оценки его учебной деятельности. Для формирования умений слушатели выполняют контрольную работу.

8. ФОРМА АТТЕСТАЦИИ

Итоговая аттестация по дополнительной профессиональной программе повышения квалификации проходит в форме тестирования. Лица, освоившие дополнительную профессиональную программу повышения квалификации и успешно прошедшие итоговую аттестацию, получают удостоверение о повышении квалификации (ФЗ № 273 от 29.12.12, установленный образец, третьего вида).

9. ЛИСТ ДОПОЛНЕНИЙ И ИЗМЕНЕНИЙ

[illegible]

10. Контрольно-измерительные материалы к промежуточному контролю

Контрольная работа к Разделу 1

SWOT-анализ

Этап 1. Проведение исследований

1.1. Исследование сильных и слабых сторон организации

В качестве гипотезы выберите из предлагаемого в лекции списка сильных и слабых сторон не менее 3 характеристик, в отношении которых вы можете провести исследование с целью доказать или опровергнуть гипотезу. Например, высокую квалификацию вы можете доказать, например, долей специалистов с высшей категорией в вашей медицинской организации. О выдающейся компетентности свидетельствует участие персонала в научных конференциях, полученные авторские свидетельства, публикации в журналах ВАК. В качестве хорошей репутации можно привести отклики пациентов на сайте организации или в книгах отзывов, в СМИ. Ваша организация может быть известным лидером рынка, если вам известна реальная доля на рынке платных услуг в регионе. Соответственно, если вы не смогли найти доказательств перечисленных сильных сторон, возможно это произошло из-за того, что вашей организации на данном этапе присущи слабые стороны, но вы обязательно должны доказать результатом исследования в виде сбора информации. Нельзя ограничиваться только вашей субъективной оценкой безо всяких доказательств этого вывода.

1.2. Исследование возможностей и угроз внешней среды

Наиболее объективным источником информации для ответа на поставленный вопрос может стать вторичный анализ данных исследований, информация к которым доступна в Интернете. Например, о росте или свёртывании рынка оказываемых вами услуг в стране в целом, в вашем регионе или городе в частности. Информация о появлении нового вида услуг, или, наоборот законодательном ограничении. Информация о текущем положении ваших ближайших конкурентов.

Этап 2. Формирование матрицы SWOT-анализа

Для этого воспользуйтесь указаниями в лекционном материале

Этап 3. Формулировка стратегий в соответствии с комбинацией на каждом из четырех полей

Для этого воспользуйтесь указаниями в лекционном материале

Контрольная работа к Разделу 2

Сенсорный брендинг

Сенсорный брендинг является составной частью концепции «Lovemarks» Кевина Робертса и назван им «чувственностью».

Первые доказательства положительного влияния сенсорного брендинга на эффективность управления поведением потребителей появились в 50-х и 60-х годах двадцатого столетия.

Важность каналов чувственного восприятия

	Канал	Важность, %
1	Зрение	58
2	Обоняние	45
3	Слух	41
4	Вкус	31
5	Осязание	25

ЗРЕНИЕ. Самый мощный канал восприятия человеком внешнего мира, преобладает над другими органами чувств и обладает способностью склонять человека к тем или иным действиям вопреки логике.

ОБОНЯНИЕ. Воздействие на этот канал восприятия выделилось в самостоятельное направление и называется «аромамаркетинг». Какую булочку вы купите охотнее: ароматно пахнущую, свежее испеченную, или уже остывшую, упакованную в пакет? Скорее всего, вы предпочтёте первую.

СЛУХ. Фирменные мелодии, отличающие одну компанию от другой. Например, стартовые мелодии для «Nokia» и «Microsoft», звук, который раздается при открывании и закрывании автомобиля «DaimlerChrysler», хруст хлопьев компании «Kellogg's».

ВКУС. Производители зубной пасты «Colgate» запатентовали её вкус. Вкус посетителей «Эконики» услаждают фирменные шоколадные конфеты. Свои конфеты имеет и саратовский «Экспресс-Волга банк». В 2003 году компания «Unilever» открыла специализированные магазины в Англии, торгующие чаем «Lipton». В этих магазинах можно было не только купить, но и попробовать продукт, получить бесплатные демонстрационные образцы.

ОСЯЗАНИЕ. В супермаркетах британской сети «Asda» снимают упаковку с рулонов туалетной бумаги, и продажи её растут! Для нейтрализации действия флоридской жары в парке «Disney World» разбрызгивают охлажденную воду на людей, которые проходят мимо магазинов. И еще один пример от «Эконики»: все оборудование, представленное в обувных магазинах, лишено прямых углов, из-за чего, по мнению разработчиков этой идеи, к нему приятно прикасаться.

Методом наблюдения зафиксируйте, как на территории вашего ЛПУ (прилегающая территория, коридоры, кабинеты врачей и палаты пациентов или номера отдыхающих в санатории) воздействуют на каждое из 5 органов чувств.

Примеры векторов внимания при наблюдении

Зрение	Ухоженность прилегающей территории, помещений. Требуется ли ремонт? Как расположена медицинская информация, указатели (навигация по территории)?
Обоняние	Есть ли неприятные запахи? Что является источником их распространения?
Слух	Слышимость звуков в помещениях
Вкус	Каково качество пищи? Есть конфеты и питьевая вода на ресепшн?
Осязание	Удобство мебели, удобство перемещения людей с ограниченными возможностями?

Сделайте оценку, насколько позитивно это воздействие на поведение пациентов, что требуется изменить для того, чтобы доставить пациентам приятные ощущения.

Органы чувств	Описание текущего состояния	Оценка текущего состояния	Необходимые меры изменения к лучшему
Зрение			
Обоняние			
Слух			
Вкус			
Осязание			

Фонд оценочных средств

Контрольная работа оценивается «зачтено» / «не зачтено».

Оценка **«зачтено»** выставляется за контрольную работу, если в ней материал изложен грамотно и по существу, без существенных неточностей.

Оценку **«не зачтено»** получает контрольная работа, в которой допущены существенные ошибки при ответах на вопросы, ответ на теоретический вопрос представляет собой переписанный из учебника материал.

Контрольно-измерительные материалы к итоговой аттестации

1. **Какое из определений менеджмента приведено в полном объеме?** *(выберите один правильный вариант):*
 - 1.1. Это функции, методы и приемы руководства людьми в различных организациях;
 - 1.2. Это определенная категория людей, получивших специальное образование в сфере управления;
 - 1.3. Это область знания, самостоятельная дисциплина;
 - 1.4. Это социальный институт.
2. **Кому принадлежит определение:** «Менеджмент это эффективное и производительное достижение целей организации посредством планирования, организации, лидерства (руководства) и контроля над организационными ресурсами *(выберите один правильный вариант):*
 - 2.1. Ф. Котлер;
 - 2.2. П. Друкер;
 - 2.3. Р. Дафт;
 - 2.4. О. Виханский.
3. **К чертам обучающей организации не относится** *(выберите один правильный вариант):*
 - 3.1. Практика наделения властью;
 - 3.2. Вертикальная структура управления;
 - 3.3. Командная работа;
 - 3.4. Свободный обмен информацией.
4. **Эффективность организации оценивается** *(выберите один правильный вариант):*
 - 4.1. По прибыли;
 - 4.2. По низкой текучести персонала;
 - 4.3. По положительным отзывам пациентов;
 - 4.4. По степени ее приближения к поставленной цели.
5. **Что не является функцией менеджмента** *(выберите один правильный вариант):*
 - 5.1. Планирование;
 - 5.2. Контроль;
 - 5.3. Прибыльность;
 - 5.4. Лидерство.
6. **К какой группе навыков относится это описание:** «Специальные знания и умения, необходимые для выполнения рабочих задач» *(выберите один правильный вариант):*
 - 6.1. Технические;
 - 6.2. Человеческие;
 - 6.3. Концептуальные;
7. **К какому уровню менеджмента относятся санитары** *(выберите один правильный вариант):*
 - 7.1. Высшее звено;
 - 7.2. Среднее звено;
 - 7.3. Первая линия;
 - 7.4. Не руководящие работники

8. **Цель - это желаемое состояние будущего...** (выберите подходящий вариант для продолжения фразы)
- 8.1. которое мало предсказуемо;
 - 8.2. чтобы достичь высокой прибыли в организации;
 - 8.3. достичь которого пытается организация;
 - 8.4. чтобы имеет стабильные показатели качества
9. **Какого вида плана не существует?** (выберите один правильный вариант):
- 9.1. Одноразовый;
 - 9.2. Многоразовый;
 - 9.3. Постоянный;
 - 9.4. Ситуационный.
10. **В структуру плана по целям не входит** (выберите один правильный вариант):
- 10.1. Ответственный;
 - 10.2. Финансовые ресурсы;
 - 10.3. Приказ;
 - 10.4. Срок.
11. **Какое из положений не относится к постмодернизму в маркетинге?** (выберите один правильный вариант):
- 11.1. Будущее неопределенно и непредсказуемо;
 - 11.2. Настоящее всегда стабильно;
 - 11.3. Закономерности отсутствуют;
 - 11.4. Для адекватности действий необходима сила предвидения.
12. **Уровнями сегментирования рынка являются...** (выберите все подходящие варианты для продолжения фразы):
- 12.1. Сегмент;
 - 12.2. Ниша;
 - 12.3. Индивид;
 - 12.4. Целевая группа.
13. **Описательное сегментирование базируется на...** (выберите подходящий вариант для продолжения фразы):
- 13.1. экономических выгодах потребителей;
 - 13.2. делении потребителей по возрасту;
 - 13.3. описании поведения потребителей;
 - 13.4. том, как человек распоряжается свободным временем.
14. **Психотип потребителей, для которых характерна умеренность и стремление к достижению внутренней гармонии – это...** (выберите подходящий вариант для продолжения фразы):
- 14.1. Обыватели;
 - 14.2. Гедонисты;
 - 14.3. Интеллигенты;
 - 14.4. Карьеристы.

15. **Эмоционирование** - это реакция, которую получает потребитель, демонстрируя окружающим свой выбор (вставьте пропущенное слово):
- 15.1. Яркая;
 - 15.2. Социальная;
 - 15.3. Психологическая;
 - 15.4. Сенсорная.
16. **Какие характеристики используются их в матрице выбора целевого сегмента?** (выберите все подходящие варианты):
- 16.1. Слабые стороны организации;
 - 16.2. Привлекательность сегмента;
 - 16.3. Способность организации обслуживать потребности сегмента отличными о конкурентов способами;
 - 16.4. Возможности внешней среды организации.
17. **Какая информация собирается для оценки привлекательности сегмента?** (выберите один неправильный вариант):
- 17.1. Каков размер сегмента в текущей ситуации?
 - 17.2. Каковы тенденции развития сегмента, есть ли у него потенциал роста?
 - 17.3. Какова стоимость коммуникаций с этим сегментом?
 - 17.4. Какова способность организации обслуживать потребности сегмента отличными о конкурентов способами?
18. **Целевой сегмент – тот, что...**(выберите подходящий вариант для продолжения фразы)
- 18.1. привлекателен и может быть обслужен организацией отличными от других способами;
 - 18.2. имеет высокую прибыль;
 - 18.3. удовлетворяет рыночный спрос;
 - 18.4. имеет стабильные показатели качества, заинтересованности и органичен целям организации.
19. **Какими характерными чертами обладает покупатель как субъект рынка?** (выберите все подходящие варианты):
- 19.1. Наличие проблемы и осознание её существования;
 - 19.2. Обеспечение культурных потребностей;
 - 19.3. Способность заплатить денежные средства за решение проблемы;
 - 19.4. Стремление к социальным контактам.
20. **Для типичного «гэллаповского» опроса характерны следующие признаки:**
- 20.1. Общенациональный характер;
 - 20.2. Среднее число респондентов в выборке - 1 000 человек;
 - 20.3. «Открытый» характер вопросов;
 - 20.4. Выборка «снежным комом».

Критерии выставления оценок за ответы на тест:

Оценка «5» - 18-20 правильных ответов;

Оценка «4» - 17-18 правильных ответов;

Оценка «3» - 15-16 правильных ответов

Оценка «2» - менее 15 правильных ответов

Разработчики

С.В. Лелюхин

И.В. Лелюхина

