



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Кемеровский государственный медицинский университет»
Министерства здравоохранения Российской Федерации

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
общественного здоровья, организации и экономики
здравоохранения имени профессора А.Д. Ткачева
д.м.н., профессор Г.Н. Царик

(подпись)

«30» января 2024 г.

Список вопросов для подготовки к зачету
дисциплины «**Основы экономики и маркетинга в здравоохранении**»
для студентов 4 курса Лечебного факультета (высшее сестринское образование)
VIII семестр 2023-2024 учебного года

Раздел 1 Основы экономики в здравоохранении

1. Экономика как наука, отраслевая специфика экономики здравоохранения. Вопросы, изучаемый в рамках дисциплины.
2. Спрос и факторы его определяющие. Эластичность спроса по цене. Особенность спроса на медицинские услуги. Государственное регулирование цен на медицинские услуги, медикаменты и изделия медицинского назначения.
3. Источники и причины рыночной власти. Измерение рыночной власти. Государственное антимонопольное регулирование в здравоохранении.
4. Понятие эффективности в здравоохранении: медицинская, социальная и экономическая эффективность. Способы ресурсосбережения в здравоохранении (организация медицинской помощи сельскому населению, стационар замещающие технологии).
5. Затраты медицинской организации: постоянные, переменные, общие и средние издержки.
6. Экономика размещения предприятий. Размер предприятий и факторы, его определяющие. Особенности размещения и эффективные размеры предприятий здравоохранения.
7. Постатейная классификация затрат медицинской организации: экономический смысл.
8. Смета медицинской организации: структура и принцип составления.
9. Бюджетная система Российской Федерации. Принципы бюджетно-налогового федерализма.
10. Государственные внебюджетные фонды: причины создания и функции. Функции фонда обязательного медицинского страхования.
11. Анализ деятельности медицинской организации. Формы отчетности в здравоохранении.
12. Система обязательного медицинского страхования в Российской Федерации.
13. Порядок формирования дифференцированного подушевого норматива финансирования в системе ОМС.
14. Территориальная программа государственных гарантий предоставления населению Российской Федерации бесплатной медицинской помощи. Структура ТПГГ, необходимость формирования.
15. Добровольное медицинское страхование в России. Отличие платных услуг, ДМС и ОМС.



16. Оплата труда медицинских работников. Принцип формирования профессиональных квалификационных групп.
17. Технология формирования штатного расписания и тарификационного списка работников.
18. Система оплаты медицинских услуг. Предварительная и ретроспективная/гонорарная оплата медицинских услуг.
19. Оценка и развитие персонала медицинской организации. Эффективный контракт.
20. Понятие качества медицинской услуги. Стандартизация в здравоохранении. Система менеджмента качества на медицинском предприятии.
21. Ведомственный и вневедомственный контроль качества медицинских услуг.
22. Ценообразование в здравоохранении. Методы затратного и рыночного ценообразования.

Раздел 2 Маркетинг в здравоохранении

23. Маркетинг: понятие и основные функции маркетинга.
24. Фирма как открытая социотехническая система. Характеристика внутренней и внешней среды организации.
25. Способы сбора маркетинговой информации. Характеристика первичной и вторичной информации и их отличия друг от друга.
26. Определение сегмента и критерии сегментации рынка. Цель и способы выделения целевых аудиторий.
27. Выбор рыночной стратегии в зависимости от конкурентоспособности продукта. Жизненный цикл товара.
28. Методы определения проблем и возможностей предприятия. Технология SWOT-анализа.
29. Реклама и её функции в области маркетинга. Классификация рекламы.
30. Брендинг и его сущность. Имидж как элемент стратегии брендинга. Значение корпоративной культуры для медицинской организации.