



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

(подпись)  
«30» января 2024 г.

**ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН**  
практических занятий  
дисциплины «**Основы экономики и маркетинга в здравоохранении**»  
для студентов 4 курса Лечебного факультета (Сестринское дело)  
VIII семестр 2023-2024 учебного года

№ п/п	Тематика практических (теоретических занятий)	Кол-во уч. часов
<b>Раздел 1. Основы экономики в здравоохранении</b>		
1	Тема 1. Инструменты государственного регулирования развития регионального здравоохранения. Место и роль программно-целевого методы в системе государственного управления.	2
2	Тема 2. Финансирование здравоохранения: принципы бюджетно-налогового федерализма. Классификация бюджетных расходов (функциональная и экономическая).	2
3	Тема 3. Планирование, классификация планов. Территориальная программа государственных гарантий: экономическая сущность, структура, методика обоснования.	2
4	Тема 4. Система обязательного медицинского страхования граждан. Тарифообразование в системе ОМС, структура страхового тарифа.	2
5	Тема 5. Система оплаты медицинских услуг – ее функция и разновидности. Преимущества и недостатки предварительной и ретроспективной системы оплаты медицинской помощи.	2
6	Тема 6. Системы оплаты труда. Разновидности подходов к оплате труда. Отраслевая специфика оплаты труда медицинских работников	2
7	Тема 7. Добровольное медицинское страхование, порядок формирования и структура страхового тарифа.	2
8	Тема 8. Виды издержек медицинского учреждения. Экономический смысл постоянных, переменных, предельных и тотальных издержек. Формирование сметы медицинской организации.	2



<b>Раздел 2. Маркетинг в здравоохранении</b>		
		2
	Тема 1. Сущность и основные понятия маркетинга	2
	Тема 2. Функции службы маркетинга на современном предприятии.	2
	Тема 3. Факторы успеха предприятия, анализ конкурентных преимуществ.	
	Тема 4. Понятие и разработка товарной политики. Жизненный цикл товара.	2
	Тема 5. Понятие и разработка ценовой политики. Подходы к ценообразованию: затратный и рыночный.	2
	Тема 6. Формирование рыночной стратегии. Четыре основных конкурентных стратегий по Портеру, преимущества и недостатки.	2
	Тема 7. Понятие и дизайн маркетингового исследования. Этапы проведения исследования.	2
	Тема 8. Статистические методы обработки результатов маркетингового исследования.	2
	Тема 9. Особенности рынка услуг, особенности рынка медицинских услуг	2
	Тема 10. Формирование потребительских предпочтений. Понятие маркетинговых коммуникаций.	2
	Тема 11. Реклама. Виды и методы рекламных воздействий. Оценка эффективности рекламы.	2
	Тема 12. Понятие качества медицинской услуги. Система управления качеством медицинских услуг на современном предприятии.	2
	Тема 13. Спрос, предложение, равновесная рыночная цена. Эластичность спроса. Неценовые факторы спроса.	2
		2
	Тема 14. Сегментация рынка. Приемы и принципы сегментации.	
	Тема 15. Типы рыночных структур. Степень концентрации рынка и способы ее измерения.	2
	Тема 16. Особенности формирования спроса на медицинские услуги. Государственное антимонопольное и ценовое регулирование в здравоохранении.	2
	<b>ИТОГО:</b>	<b>48</b>