

**«Пермский государственный медицинский университет
имени академика Е.А. Вагнера»
Министерства здравоохранения Российской Федерации**

Директор по образовательной
деятельности ФГБОУ ВО ПГМУ
им. академика Е.А. Вагнера
Минздрава России

2024 г.



Маркетинг в сестринском деле

Кафедра общественного здоровья и здравоохранения с курсом информатизации здравоохранения

1

Рабочая программа учебной практики разработана на основе ФГОС ВО по направлению подготовки 34.03.01 Сестринское дело (уровень подготовки - бакалавриат) утвержденного Министерством образования и науки РФ № 971 от 22 сентября 2017 г.

Разработчики рабочей программы:

Профессор кафедры
общественного здоровья и здравоохранения
с курсом информатизации здравоохранения

Л.А. Банковская

Доцент кафедры
общественного здоровья и здравоохранения
с курсом информатизации здравоохранения

Г.Ю. Окунева

Заведующий кафедрой
общественного здоровья и здравоохранения
с курсом информатизации здравоохранения

Л.А. Банковская

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

1. ВВОДНАЯ ЧАСТЬ4

2. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ6

3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ12

4. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ15

5. ИЗМЕНЕНИЯ И ДОПОЛНЕНИЯ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ ДИСЦИПЛИНЫ16

РЕЦЕНЗИЯОшибка! Закладка не определена.

ВЫПИСКАОшибка! Закладка не определена.

ВЫПИСКАОшибка! Закладка не определена.

1. ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1.1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель изучения учебной дисциплины «Маркетинг в сестринском деле» состоит в овладении базовых теоретических знаний по вопросам маркетинга, сформировать целостное представление о базовых инструментах и концепциях современного маркетинга.

При этом **задачами** дисциплины являются:

- Усвоить сущность и концепции маркетинга, его принципы и функции, типы и сферы применения.
- Овладеть процессом управления маркетингом.
- Изучить процедуры разработки программы маркетинга на предприятии.
- Приобрести навыки проведения маркетинговых исследований.
- Изучить подходы к разработке и обоснованию товарной, ценовой, сбытовой, рекламной политики предприятия, комплекса маркетинговых коммуникаций и стимулирования сбыта.
- Усвоить особенности маркетинга во внешнеэкономической деятельности.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

1.2.1. Учебная дисциплина **Б1.В.ДВ.05.02** «Маркетинг в сестринском деле» относится к циклу дисциплин базовой части программы.

1.2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

- *правоведение*
- *биоэтика*
- *психология и педагогика*

Знания: основ правоведения, биоэтики, психологии и педагогики.

Умения: использовать основы правоведения, биоэтики, психологии и педагогики в своей профессиональной деятельности.

Навыки: владеть методами правоведения, биоэтики, психологии и педагогики в своей профессиональной деятельности.

1.3. Требования к результатам освоения учебной дисциплины

1.3.1. В рамках освоения программы учебной дисциплины выпускники могут готовиться к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

- организационно-управленческий;*
- научно-исследовательский.*

1.3.2. Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Универсальные компетенции, которые должны быть сформированы у выпускника в ходе освоения образовательной программы и индикаторы их достижения:

Наименование категории универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции	Оценочные средства
Системное и критическое	УК-1. Способен осуществлять	УК-1.ИД1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые	Собеседование.

мышление	поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	составляющие. УК-1.ИД2. Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи. УК-1.ИД3. Рассматривает различные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки. УК-1.ИД4. Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. УК-1.ИД5. Определяет и оценивает практические последствия возможных решений задачи	
----------	--	--	--

Общепрофессиональные компетенции, которые должны быть сформированы у выпускника в ходе освоения образовательной программы и индикаторы их достижения:

Наименование категории общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции	Оценочные средства
Этические и правовые основы профессиональной деятельности	ОПК-1 Способен реализовывать моральные и правовые нормы, этические и деонтологические принципы профессиональной деятельности	ОПК-1.ИД1. Соблюдает моральные и правовые нормы в профессиональной деятельности ОПК-1.ИД2. Излагает профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия, соблюдая принципы этики и деонтологии ОПК-1.ИД3. Применяет современные информационно-коммуникационные технологии и программные средства для представления информации при постановке и решении профессиональных задач	Собеседование.
Информационные технологии	ОПК-3 Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности с использованием информационных, библиографических ресурсов, медико-	ОПК-3.ИД1. Использует современные информационные и коммуникационные средства и технологии в профессиональной деятельности ОПК-3.ИД2. Соблюдает	Собеседование.

	биологической терминологии, информационно-коммуникационных технологий и учетом основных требований информационной безопасности	правила информационной безопасности в профессиональной деятельности	
Оценка состояния здоровья	ОПК-6 Способен проводить анализ медико-статистической информации и интерпретировать результаты состояния здоровья пациента (населения)	ОПК-6.ИД1. Готов решать задачи с использованием медико-статистической информации. ОПК-6.ИД2. Демонстрирует умение интерпретировать результаты состояния здоровья пациента (населения)	Собеседование.
Организационно-управленческая деятельность	ОПК-10 Способен применять организационно-управленческую и нормативную документацию в своей деятельности, реализовать принципы системы менеджмента качества в профессиональной деятельности	ОПК-10.ИД1. Готовность решать профессиональные задачи с использованием принципов системы менеджмента качества ОПК-10.ИД2. Демонстрирует умение применять организационно-управленческую и нормативную документацию в своей деятельности	Собеседование, решение ситуационных задач, типовые расчеты, тестирование
Научная деятельность	ОПК-12 Способен применять современные методики сбора и обработки информации, необходимой для проведения научного исследования	ОПК-12.ИД1. Умеет применять современные методики сбора и обработки информации, необходимой для проведения научного исследования	Защита составленных планов и программ исследования, сбора и анализа собранного материала

2. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

2.1. Объем учебной дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов/ зачетных единиц	Семестры	
		№ _	№ 8
		часов	часов
1	2	3	4
Аудиторные занятия (всего), в том числе:	22	-	22
Лекции (Л)	8	-	8
Практические занятия (ПЗ),	14	-	14

Самостоятельная работа студента (СРС), в том числе:		50	-	50
Вид промежуточной аттестации	зачет (З)	+	-	+
	экзамен (Э)	-	-	-
ИТОГО: Общая трудоемкость	час.	72	-	72
	ЗЕТ	2	-	2

2.2. Разделы учебной дисциплины и компетенции, которые должны быть освоены при их изучении

№ п/п	№ компетенции	Наименование раздела учебной дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах (темы разделов)
1	2	3	4
1.	УК-1 ОПК-1 ОПК-3 ОПК-6 ОПК-10 ОПК-12	Маркетинг в сестринском деле	<u>Лекции:</u> 1. Сущность, содержание и управление маркетинговой деятельностью. Аналитический инструментарий маркетинга 2. Товар и товарная политика в маркетинге. Цены и их функции в маркетинге 3. Формы продвижения товаров и услуг на рынок. Структура и функционирование системы товародвижения в маркетинге 4. Организация маркетинговой деятельности. Особенности международного маркетинга <u>Практические занятия:</u> 1. Роль маркетинга в управлении фирмой. Методы анализа внешней среды 2. Исследования рынка как основа принятия маркетинговых решений. Поведение потребителей 3. Сегментирование, выбор целевого рынка и позиционирование товара. Товар в системе маркетинга 4. Сбытовая политика фирмы. Основы эффективного управления ценообразованием в фирме 5. Коммуникационная деятельность организации. Директ-маркетинг. Особенности маркетинга на рынках в и в сфере услуг 6. Маркетинг розничной торговли. Маркетинг во внешнеэкономических операциях фирмы. 7. Ценообразование в системе международного маркетинга. Организация маркетингового планирования. Организация маркетинговой деятельности в фирме

2.3. Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля

№ п/п	№ семе стра	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости
			Л	ЛР	ПЗ	СРС	Экз.	всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	8	Менеджмент в сестринском деле	8	-	14	50	-	72	Собеседование по ситуационным задачам, проверка расчетов, тестирование
		ИТОГО:	8	-	14	50	-	72	

2.4. Название тем лекций и количество часов по семестрам изучения учебной дисциплины (модуля)

№ п/п	Название тем лекций учебной дисциплины	Семестры	
			8
1	2	3	4
1.	Сущность, содержание и управление маркетинговой деятельностью. Аналитический инструментарий маркетинга	-	2
2.	Товар и товарная политика в маркетинге. Цены и их функции в маркетинге	-	2
3.	Формы продвижения товаров и услуг на рынок. Структура и функционирование системы товародвижения в маркетинге	-	2
4.	Организация маркетинговой деятельности. Особенности международного маркетинга	-	2
	Итого	-	8

2.5. Название тем практических занятий и количество часов по семестрам изучения учебной дисциплины (модуля)

№ п/п	Название тем практических занятий базовой части дисциплины по ФГОС и формы контроля	Объем по семестрам	
		-	8
1	2	3	4
1.	Роль маркетинга в управлении фирмой. Методы анализа внешней среды	-	2
2.	Исследования рынка как основа принятия маркетинговых решений. Поведение потребителей	-	2
3.	Сегментирование, выбор целевого рынка и позиционирование товара. Товар в системе маркетинга	-	2
4.	Сбытовая политика фирмы. Основы эффективного управления ценообразованием в фирме	-	2
5.	Коммуникационная деятельность организации. Директ-маркетинг. Особенности маркетинга на рынках в и в сфере услуг	-	2
6.	Маркетинг розничной торговли. Маркетинг во внешнеэкономических операциях фирмы.	-	2

7.	Ценообразование в системе международного маркетинга. Организация маркетингового планирования. Организация маркетинговой деятельности в фирме	-	2
	Итого	-	14

2.6. Лабораторный практикум *(не предусмотрен)*

2.7. Самостоятельная работа студента

2.7.1. Виды СРС

№ п/ п	№ семестра	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Виды СРС	Всего часов
1	2	3	4	5
1.	8	Роль маркетинга в управлении фирмой. Методы анализа внешней среды	Подготовка к занятиям, к текущему контролю, типовые расчеты	6
2.		Исследования рынка как основа принятия маркетинговых решений. Поведение потребителей	Подготовка к занятиям, к текущему контролю, типовые расчеты	6
3.		Сегментирование, выбор целевого рынка и позиционирование товара. Товар в системе маркетинга	Подготовка к занятиям, к текущему контролю, типовые расчеты	6
4.		Сбытовая политика фирмы. Основы эффективного управления ценообразованием в фирме	Подготовка к занятиям, к текущему контролю, типовые расчеты	6
5.		Коммуникационная деятельность организации. Директ-маркетинг. Особенности маркетинга на рынках в и в сфере услуг	Подготовка к занятиям, к текущему контролю	6
6.		Маркетинг розничной торговли. Маркетинг во внешнеэкономических операциях фирмы.	Подготовка к занятиям, к текущему контролю,	6
7.		Ценообразование в системе международного маркетинга. Организация маркетингового планирования.	Расчет и оценка показателей, их интерпретация	6
8.		Организация маркетинговой деятельности в фирме	Подготовка к занятиям, к текущему контролю	8
ИТОГО часов в семестре:				50

2.7.2. Примерная тематика рефератов *(не предусмотрены)*.

2.8. Оценочные средства для контроля успеваемости и результатов освоения учебной дисциплины

2.8.1. Виды контроля и аттестации, формы оценочных средств

№ п/п	№ семес	Виды контр	Наименование раздела учебной	Оценочные средства		
				Форма	Кол-во	Кол-во

п	тра	оля	дисциплины		вопросов в задании	независимы х вариантов
1	2	3	4	5	6	7
1.	8	ВК, ТК	Роль маркетинга в управлении фирмой. Методы анализа внешней среды	Собеседование по ситуационным задачам, тест	10	2
2.		ВК, ТК	Исследования рынка как основа принятия маркетинговых решений. Поведение потребителей	Собеседование по ситуационным задачам, тест	10	2
3.		ВК, ТК	Сегментирование, выбор целевого рынка и позиционирование товара. Товар в системе маркетинга	Собеседование по ситуационным задачам, тест	10	2
4.		ВК, ТК	Сбытовая политика фирмы. Основы эффективного управления ценообразованием в фирме	Собеседование по ситуационным задачам, тест	10	2
5.		ВК, ТК	Коммуникационная деятельность организации. Директ-маркетинг. Особенности маркетинга на рынках в и в сфере услуг	Собеседование, тест	10	2
6.		ВК, ТК	Маркетинг розничной торговли. Маркетинг во внешнеэкономических операциях фирмы.	Собеседование, тест	10	2
7.		ВК, ТК	Ценообразование в системе международного маркетинга. Организация маркетингового планирования. Организация маркетинговой деятельности в фирме	Проверка результатов расчетов	2	2

2.8.2.Примеры оценочных средств

для входного контроля (ВК)	<u>Контрольные вопросы:</u> 1. Расскажите о том, как вы понимаете сущность маркетинга? 2. Что такое концепция маркетинга? Чем она отличается от других концепций управления? Каковы предпосылки ее формирования? 3. Как бы сформулировали свое направление деятельности компании, обладающие маркетинговым видением: • туристическая фирма; • салон-парикмахерская; • производитель стоматологического оборудования; • интернет-магазин подарков. 4. Что такое целевой рынок? Как компания выбирает целевой рынок? 5. Опишите инструменты комплекса маркетинга. 6. Что такое ценность? Как маркетологи создают ценность? 7. На примере нескольких товаров, которые вы недавно приобрели, опишите инструменты комплекса маркетинга, которые были использованы компаниями-производителями. Что бы вы могли посоветовать маркетологам этих компаний для улучшения своей деятельности? 8. Сравните сайты компаний с точки зрения ориентации на рынок. 9. Какова роль маркетинга в компании?
для текущего контроля (ТК)	<u>Тестовые задания:</u> <i>Выберите один из предложенных вариантов.</i> 1. Определение маркетинга включает все перечисленное ниже, за исключением: а) максимизации прибыли; б) создания ценности; в) удовлетворения потребностей; г) вида управленческой деятельности. 2. Какие из приведенных положений наиболее полно характеризуют концепцию маркетинга? а) решение проблем и принятие управленческих решений; б) увеличение объема продаж и совершенствование управлением компаний; в) производство высококачественных товаров при контроле за уровнем затрат; г) ориентация на потребителей и прибыльность продаж; д) лучшее обслуживание и сервис; е) все перечисленное выше. 3. Основное внимание в маркетинге уделяется: а) качеству товаров; б) обеспечению объема продаж; в) удовлетворению потребностей клиентов; г) взаимодействию с посредниками; д) стимулированию продаж. 4. Концепция социально-этического маркетинга подчеркивает: а) долгосрочную направленность маркетинговой деятельности; б) более широкое понимание термина «потребитель»; в) удовлетворенность потребителя; г) повышение результативности бизнеса компании;

	д) все перечисленное выше. 5. Условиями обмена являются следующие, за исключением того, что: а) стороны должны быть способны к коммуникации; б) должно быть как минимум две стороны; в) каждая из сторон должна иметь что-либо, представляющее ценность для другой стороны; г) должно существовать конкретное место на рынке для обмена.
--	---

3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Основная литература

№ п/ п	Автор, наименование, место издания, издательство, год издания	Количество экземпляров
1.	Липсиц, И. В. Маркетинг / Липсиц И. В. и др. / Под ред. И. В. Липсица - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2012. - 576 с. - ISBN 978-5-9704-2112-3. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970421123.html (дата обращения: 16.09.2024). - Режим доступа : по подписке.	Удаленный доступ
2.	Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2020. - 559 с. (Высшее образование). - Текст : непосредственный.	15
3.	Элланский, Ю. Г. Общественное здоровье и здравоохранение : учебник / Ю. Г. Элланский и др. - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2023. - 624 с. - ISBN 978-5-9704-7435-8. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970474358.html (дата обращения: 12.04.2024). - Режим доступа : по подписке.	Удаленный доступ
4.	Элланский, Ю. Г. Общественное здоровье и здравоохранение : учебник / Элланский Ю. Г. и др. - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2019. - 624 с. - ISBN 978-5-9704-5033-8. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970450338.html (дата обращения: 12.04.2024). - Режим доступа : по подписке.	21
5.	Общественное здоровье и здравоохранение: руководство к практическим занятиям: учеб. пособие В.А.Медик, В.И.Лисицин, М.С. Токмачев. 2018, М.:ГЭОТАР-Медиа	50
6.	Маркетинг [Текст]: учебник для студентов, аспирантов, преподавателей экономических вузов / А. М. Годин. - 9-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и Ко", 2012. - 656 с.	49

7.	Сестринское дело [Текст] : учебник для студентов факультетов высшего сестринского образования медицинских вузов, студентов медицинских колледжей и училищ страны. 1 том / Г. П. Котельников. - 2-е изд. - Самара : ГУПЗ "Перспектива", 2004. - 640 с.	50
----	---	----

3.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор, наименование, место издания, издательство, год издания	Количество экземпляров
1.	Моргунов, Г. Н. Основы менеджмента в медицинских учреждениях. Экономический аспект : учебное пособие / Г. Н. Моргунов, К. Н. Жуков; под ред. А. П. Николаева. - Москва : Издательство МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2011. - 30 с. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/bauman_0482.html (дата обращения: 12.04.2024). - Режим доступа : по подписке.	Удаленный доступ
2.	Менеджмент в здравоохранении: учебник для вузов. Столяров С.А. 2-е изд-е, испр. и доп. 2019 Юрайт 978-5-534-10638-1	15
3.	Царик, Г. Н. Здравоохранение и общественное здоровье : учебник / под ред. Г. Н. Царик - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2018. - 912 с. - ISBN 978-5-9704-4327-9. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970443279.html (дата обращения: 12.04.2024). - Режим доступа : по подписке.	5
4.	Решетников, А. В. Экономика здравоохранения / Решетников А. В. - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2015. - 192 с. - ISBN 978-5-9704-3136-8. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970431368.html (дата обращения: 12.04.2024). - Режим доступа : по подписке.	Удаленный доступ
5.	Мещерякова, Л. А. Медицинские затраты и ценообразование / Мещерякова Л. А. , Кошель В. И. , Мажаров В. Н. - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2018. - 336 с. - ISBN 978-5-9704-4585-3. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970445853.html (дата обращения: 12.04.2024). - Режим доступа : по подписке.	5
6.	Повышение качества медицинской помощи и безопасность пациентов в медицинских организациях [Текст] : наглядное руководство / [Элизабет Аллен и др.] ; под ред. С. С. Панисар [и др.] ; пер. с англ. под ред. Г. Э. Улумбековой, С. А. Палевской, Н. Ф. Прохоренко. - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2016. - 159, [1] с. : цв. ил., табл.; 29 см.; ISBN 978-5-9704-3897-8	1
7.	Решетников, А. В. Экономика здравоохранения / Решетников А. В. - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2015. - 192 с. - ISBN 978-5-9704-3136-8. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970431368.html (дата	Удаленный доступ

	обращения: 12.04.2024). - Режим доступа : по подписке.	
8.	Веснин, В. Р. Основы менеджмента : учебник / В. Р. Веснин. - Москва : Проспект, 2015. - 320 с. - ISBN 978-5-392-16383-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392163830.html (дата обращения: 12.04.2024). - Режим доступа : по подписке.	Удаленный доступ
9.	Веснин, В. Р. Теория организации и организационное поведение. Краткий курс / Веснин В. Р. - Москва : Проспект, 2017. - 128 с. - ISBN 978-5-392-24895-7. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392248957.html (дата обращения: 12.04.2024). - Режим доступа : по подписке.	Удаленный доступ

3.3. Образовательные технологии

Используемые образовательные технологии при изучении данной дисциплины. Интерактивные занятия составляют 100% от объема аудиторных занятий (имитационные технологии – ситуационные задачи, не имитационные технологии – проблемные лекции, дискуссии).

3.4. Разделы учебной дисциплины и междисциплинарные связи с последующими дисциплинами

№ п/п	Наименование последующих дисциплин	Разделы данной дисциплины, необходимые для изучения последующих дисциплин		
		1	2	3
1	Государственная итоговая аттестация	Менеджмент в сестринском деле		

3.5. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины:

Обучение складывается из аудиторных занятий (34 час.), включающих лекционный курс и практические занятия, и самостоятельную работу (74 часа), экзамен – 36 часов. Основное учебное время выделяется на практическую работу по формированию умений решать ситуационные задачи.

При изучении учебной дисциплины необходимо использовать материалы лекций и освоить практические умения по расчету и оценке основных показателей здоровья населения. В ходе практических занятий проводятся: собеседование, решение ситуационных задач, тестовых заданий, расчет и оценка показателей

В соответствии с требованиями ФГОС-3++ ВО в учебном процессе широко используются активные и интерактивные формы проведения занятий. Примеры интерактивных форм и методов проведения занятий: имитационные технологии – ситуационные задачи, неимитационные технологии – проблемные лекции, дискуссии.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет 100% от аудиторных занятий.

Самостоятельная работа студентов подразумевает подготовку, подготовку к занятиям, тестированию, решение ситуационных задач.

Работа с учебной литературой рассматривается как вид учебной работы по дисциплине «Экономика здравоохранения» и выполняется в пределах часов, отводимых на её изучение (в разделе СРС). Каждый обучающийся обеспечен доступом к

библиотечным фондам университета и кафедры. Во время изучения учебной дисциплины студенты самостоятельно изучают литературные источники, нормативно-правовые документы.

Работа студента в группе формирует чувство коллективизма, коммуникабельность и ответственность.

Исходный уровень знаний студентов определяется тестированием, текущий контроль усвоения предмета определяется устным опросом в ходе занятий и при решении типовых ситуационных задач и тестированием.

В конце изучения учебной дисциплины проводится промежуточный контроль знаний в форме экзамена с использованием тестовых заданий, проверкой практических умений и собеседования.

Вопросы по учебной дисциплине включены в Государственную итоговую аттестацию выпускников.

4. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Занятия проводятся в аудиториях кафедры общественного здоровья и здравоохранения с курсом информатизации здравоохранения.

Для обеспечения учебного процесса сотрудниками кафедры по основным разделам дисциплины разработаны методические рекомендации.

Используются: таблицы, мультимедийная проекционная техника, компьютерный класс, ситуационные задачи, тестовые задания по изучаемым темам.

В качестве дистанционных технологий используется ресурс дистанционного образования (ресурс ДО ПГМУ): <https://do.psmu.ru/>

Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

№ п/п	Наименование
1.	Право использования на условиях простой (неисключительной) лицензии Программного обеспечения для планирования и проведения онлайн-мероприятий (вебинаров и совещаний). "МТС-Линк". Дополнительный модуль "Маркетинг"; "МТС-Линк" (Платформа). Конфигурация "Вуз-2000"; "МТС-Линк" (Платформа). Дополнительный модуль "Вовлечение и разделение на группы; "МТС-Линк". Дополнительный модуль "Синхронный перевод"; "МТС-Линк". Дополнительный модуль (компонент) "Хранилище 1000"
2.	Простая (неисключительная) лицензия на исп. "электронной библиотечной системы "Консультант студента" (безлимитный доступ для всех категорий пользователей: «ГЭОТАР-Медиа. Базовый комплект», «ГЭОТАР-Медиа. Премиум комплект», «Медицина (ВО). Books in English»; «ГЭОТАР-Медиа для среднего профессионального образования». Ссылка на ресурс: https://www.studentlibrary.ru)
3.	Неисключительные (лицензии) права на программные продукты. Электронная база данных "Портал научных журналов" издательства "Эко-Вектор", коллекция Медицина
4.	Лицензионный договор. ПО "Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах "Антиплагиат.ВУЗ 5.0"

№ п/п	Наименование
5.	Простая неисключительная лицензия. Информационно-аналитическая система (программа для ЭВМ) SCIENCE INDEX (позволяет на основе информации из базы данных РИНЦ проводить комплексные аналитические и статистические исследования публикационной активности российских ученых и научных организаций)
6.	Предоставления доступа к электронной библиотечной системе «Консультант врача. Электронная мед. библиотека»
7.	Право пользования ПО Kaspersky Security
8.	Alt Linux рабочая станция K Windows 10
9.	Браузеры: Яндекс браузер, Cromium – gost, Mozilla Firefox
10.	Офисный пакет Libraoffice
11.	Полнотекстовый доступ к трудам сотрудников ПГМУ на официальном сайте. Свободный доступ. Ссылка на ресурс: https://psma.ru/universitet/podrazdeenija/nauchnaja-biblioteka/elektronaja-biblioteka.html
12.	ИБС научно-образовательного медицинского кластера «Средневолжский» Приволжского федерального округа. Свободный круглосуточный доступ к полным текстам произведений работников медицинских вузов Казани, Ижевска, Кирова, Нижнего Новгорода, Перми и Ульяновска
13.	Федеральная электронная медицинская библиотека (ФЭМБ) входит в состав единой государственной информационной системы в сфере здравоохранения в качестве справочной системы Свободный доступ по ссылке: http://femb.ru/
14.	Электронный каталог ПГМУ содержит библиографические описания имеющихся в фонде изданий (учебников, монографий, методических материалов и т.д.) Ссылка на ресурс: https://elib.pdma.ru

5. ИЗМЕНЕНИЯ И ДОПОЛНЕНИЯ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Наименование темы	Изменения и дополнения вопросов	Сущность изменений и дополнений: сокращение, увеличение часов, изменение методики, т.д.	Изменения и дополнения в материальном и методическом обеспечении, контроле знаний	Утверждение на кафедральном заседании: № протокола, дата, подпись и ФИО зав. кафедрой
1	2	3	4	5	6
1.	Все темы занятий.	Актуализация списка литературных источников	Возможно дистанционно е образование в связи с пандемией ковид-19	Актуализирован электронный ресурс.	Протокол № 1 от 11.01.2021г., зав. кафедрой Проф. Л.А. Банковская
2.	Изменение названия		Новое название кафедры:		Распоряжение руководства

	кафедры		«Кафедра общественного здоровья и здравоохранения с курсом информатизации и здравоохранения»		университета
3.	Актуализация литературных источников		По всем темам методических разработок для студентов дисциплины	Обновлен список литературы и электронные ресурсы	Заседание кафедры протокол № 1 от 26.08.2023 зав. кафедрой Проф. Л.А. Банковская
4.	Актуализация методических разработок для студентов	Актуализированы вопросы по всем темам методических разработок	По всем темам методических разработок для студентов дисциплины		Заседание кафедры протокол № 1 от 26.08.2023 зав. кафедрой Проф. Л.А. Банковская

Изменения и дополнения в рабочую программу дисциплины должны вноситься ежегодно.

