Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ковтун Ольга Петровна
Должность: ректор
Дата подписания: 13.09.2023 13:12:52
Уникальный программный ключ:
f590ada38fac7f9d3be3160b34c218b72d19757d

Приложение к РПД

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации

Кафедра эпидемиологии, социальной гигиены и организации госсанэпидслужбы

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по образовательной деятельности и молодежной политике
Г.В. Бородулина
_____
«26» мая 2023 г.

Фонд оценочных средств по дисциплине
Б1.В.ДВ.01.01 Маркетинг в здравоохранении

Уровень высшего образования: *подготовка кадров высшей квалификации*

Специальность: *32.08.11 Социальная гигиена и организация госсанэпидслужбы*

Квалификация: *Врач по социальной гигиене и организации госсанэпидслужбы*

Екатеринбург, 2023

Фонд оценочных средств по дисциплине «Маркетинг в здравоохранении» составлен в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по специальности 32.08.11 Социальная гигиена и организация госсанэпидслужбы, утвержденного приказом Минобрнауки России № 1145 от 27.08.2014 г., и с учетом требований профессионального стандарта Специалист в области медико-профилактического дела, утвержденного приказом Минтруда России от 25.06.2015 года N 399н.

Фонд оценочных средств составлен:

№	ФИО	Ученая степень	Ученое звание	Должность
1	Косова Анна Александровна	Кандидат медицинских наук.	Доцент	Заведующий кафедрой эпидемиологии, социальной гигиены и организации госсанэпидслужбы
2.	Диконская Ольга Викторовна			Старший преподаватель кафедры эпидемиологии, социальной гигиены и организации госсанэпидслужбы
3.	Благодарева Мария Сергеевна			Ассистент кафедры эпидемиологии, социальной гигиены и организации госсанэпидслужбы

Фонд оценочных средств одобрен представителями профессионального и академического сообщества. Рецензент:
зав. кафедрой управления качеством УрГЭУ, д.т.н., профессор Протасова Людмила Геннадиевна

Фонд оценочных средств обсужден и одобрен:
- на заседании кафедры эпидемиологии, социальной гигиены и организации госсанэпидслужбы (протокол №8 от 22.04.2023 г.);
- методической комиссией специальностей ординатуры (протокол №5 от 10.05.2023 г).

1. Кодификатор

Структурированный перечень объектов оценивания – знаний, умений, навыков, учитывающий ФГОС и ПС представлен в таблице:

Дидактическая Единица (ДЕ)		Индикаторы достижений (составляющая компетенций, элементы компетенций, дескрипторы и т.п.)			УК, ПК	ПС «Врач по общей гигиене, по эпидемиологии» Трудовые функции
		Знать	**Уметь**	**Владеть**		
ДМ 1. Методологические и функциональные основы менеджмента	ДЕ 1. Методологические основы менеджмента	Общее представление о современном состоянии теории и практики менеджмента; Определение субъекта и объекта управления. Место и роль самоменеджмента в управлении.	Пользоваться базовой терминологией современного менеджмента. Организовать командную работу, планировать и разделять полномочия. Анализировать свою повседневную деятельность Применять методы управления.	Методами управленческих решений. Методами применения основных подходов методологии управления. Механизмом составления программы саморазвития. Различать организацию и искусство управления Механизмом составления программы саморазвития.	УК-1	ТФ 3.4.2. Организация, контроль, планирование и анализ деятельности органов, осуществляющих федеральный государственный контроль (надзор), и учреждений, обеспечивающих их деятельность.
	ДЕ 2. Цикл процесса управления и функции менеджмента	Понятия «планирование», «прогнозирование», «целеполагание»; Понятия «организация», «контроль», «координация»; основные функций и этапы организации, как функции менеджмента.	Формулировать цели медицинской организации в соответствии с критериями и требованиями к постановке целей Делегировать полномочия в соответствии с основными требованиями. Применять технологии контроля как процесса обеспечения достижения организацией своих целей.	Способами планирования рабочего времени. Навыками постановки целей, алгоритма разработки плана и организации работы подчиненных.	УК-1	ТФ 3.4.2. Организация, контроль, планирование и анализ деятельности органов, осуществляющих федеральный государственный контроль (надзор), и учреждений, обеспечивающих их деятельность.
	ДЕ 3. Теории	Понятия	Применять основные	Внешними и	УК-1	ТФ 3.4.2. Организация,

	мотивации	«мотивация», «потребности», «мотивы», «стимулы» и «стимулирование».	теории мотивации.	внутренними способами мотивации.		контроль, планирование и анализ деятельности органов, осуществляющих федеральный государственный контроль (надзор), и учреждений, обеспечивающих их деятельность.
ДМ 2. Основы маркетинга	ДЕ 4. Маркетинг. Сегментация рынка медицинских услуг. Виды организаций. Ценовая политика медицинской организации: факторы, влияющие на ценообразование. Процесс принятия решения потребителем на рынке медицинских услуг.	Основные типы организаций. Что в себя включает понятие маркетинг; различия между маркетингом и менеджментом, что их объединяет. Исторические предпосылки маркетинга, основные точки развития. Критерии, принципы и особенности сегментации российского рынка медицинских услуг. Ценовая политика МО: факторы, влияющие на ценообразование. Стратегии ценообразования. Факторы, влияющие на выбор потребителем врача,	Идентифицировать возможности рынка медицинских услуг в терминах потребительских выгод, свободных ниш, зон неудовлетворенности потребителей по исследуемым категориям медицинских услуг. Оценить на каком этапе цикла принятия решения находится потребитель, стимулировать его.	Построением организационной структуры управления медицинской организации. Навыками аналитического анализа маркетинговой деятельности медицинской организации. Навыками ценообразования.	УК-1	ТФ 3.4.2. Организация, контроль, планирование и анализ деятельности органов, осуществляющих федеральный государственный контроль (надзор), и учреждений, обеспечивающих их деятельность.

		МО. Цикл принятия решения.				
	ДЕ 5. Внутренняя и внешняя среда организации	Понятие маркетинговая среда МО; Факторы внешней и внутренней среды МО, способы и значение их оценки. Способы воздействия на внешнюю и внутреннюю среду организации.	Выделять и анализировать социальные, экономические факторы внешней среды организации. Разрабатывать концепции управления внутренней средой организации.	Теоретическими основами понятия внешней и внутренней среды организации.	УК-1	ТФ 3.4.2. Организация, контроль, планирование и анализ деятельности органов, осуществляющих федеральный государственный контроль (надзор), и учреждений, обеспечивающих их деятельность.
	ДЕ 6. Основные объекты и наиболее распространенные практические задачи маркетинговых исследований на рынке медицинских услуг. Организация маркетинговой службы и управление маркетингом в частной МО.	Цели, функции, принципы управления и организацию маркетинговой службы в частной МО. Сущность и методы маркетинга в МО. Стратегии позиционирования частных МО на рынке медицинских услуг; Основные объекты и наиболее распространенные практические задачи маркетинговых исследований на рынке медицинских услуг.	Разрабатывать концепции проведения маркетинговых мероприятий, маркетинговую стратегию.	Навыками анализа маркетинговой деятельности МО, использования современных инструментов, применяемых в проведении маркетинговой деятельности, получения и анализа необходимой информации.	УК-1	ТФ 3.4.2. Организация, контроль, планирование и анализ деятельности органов, осуществляющих федеральный государственный контроль (надзор), и учреждений, обеспечивающих их деятельность. ТФ 3.4.3. Взаимодействие с подразделениями и представителями высших организаций, органами государственной власти, органами местного самоуправления, гражданами. ТФ 3.4.4. Обеспечение развития деятельности органов, осуществляющих государственный контроль (надзор), и учреждений,

						обеспечивающих их деятельность.
ДМ 3. Связующие процессы менеджмента	ДЕ 7. Связующие процессы менеджмента	Основные типы организаций, общее представление о современном состоянии теории и практики менеджмента; Определение субъекта и объекта управления. Место и роль самоменеджмента в управлении. Общее представление о современном состоянии теории и практики менеджмента.	Идентифицировать типы совместной деятельности в организации. Пользоваться базовой терминологией современного менеджмента. Организовать командную работу, планировать и разделять полномочия. Анализировать свою повседневную деятельность.	Построением организационной структуры управления медицинской организации. Методами управленческих решений. Основными подходами методологии управления. Механизмом составления программы саморазвития.	УК-1	ТФ 3.4.2. Организация, контроль, планирование и анализ деятельности органов, осуществляющих федеральный государственный контроль (надзор), и учреждений, обеспечивающих их деятельность. ТФ 3.4.3. Взаимодействие с подразделениями и представителями высших организаций, органами государственной власти, органами местного самоуправления, гражданами. ТФ 3.4.4. Обеспечение развития деятельности органов, осуществляющих государственный контроль (надзор), и учреждений, обеспечивающих их деятельность.
	ДЕ 8. Лидерство и власть в управлении. Конфликты и власть в управлении.	О современном состоянии теории и практики менеджмента; Определение субъекта и объекта управления. Место и роль самоменеджмента в управлении.	Пользоваться базовой терминологией современного менеджмента. Организовать командную работу, планировать и разделять полномочия. Анализировать свою повседневную деятельность.	Методами управления, механизмом составления программы саморазвития.	УК-1	ТФ 3.4.2. Организация, контроль, планирование и анализ деятельности органов, осуществляющих федеральный государственный контроль (надзор), и учреждений, обеспечивающих их деятельность. ТФ3.4.3. Взаимодействие с подразделениями и

						представителями высших организаций, органами государственной власти, органами местного самоуправления, гражданами. ТФ3.4.4. Обеспечение развития деятельности органов, осуществляющих государственный контроль (надзор), и учреждений, обеспечивающих их деятельность.
	ДЕ 9. Организационная культура и управление изменениями.	Общие представления о современном состоянии теории и практики менеджмента; Определение субъекта и объекта управления Место и роль самоменеджмента в управлении.	Пользоваться базовой терминологией современного менеджмента. Организовать командную работу, планировать и разделять полномочия. Анализировать свою повседневную деятельность.	Применением методов управления. Механизмом составления программы саморазвития.	УК-1	ТФ 3.4.2. Организация, контроль, планирование и анализ деятельности органов, осуществляющих федеральный государственный контроль (надзор), и учреждений, обеспечивающих их деятельность. ТФ 3.4.3. Взаимодействие с подразделениями и представителями высших организаций, органами государственной власти, органами местного самоуправления, гражданами. ТФ 3.4.4. Обеспечение развития деятельности органов, осуществляющих государственный контроль (надзор), и учреждений, обеспечивающих их деятельность.

	ДЕ 10. Управление трудовыми ресурсами в медицинских организациях.	Общие представления о современном состоянии теории и практики менеджмента. Определение субъекта и объекта управления. Место и роль самоменеджмента в управлении.	Пользоваться базовой терминологией современного менеджмента. Организовать командную работу, планировать и разделять полномочия. Анализировать свою повседневную деятельность	Применять методы управления. Механизмом составления программы саморазвития.	УК-1	ТФ 3.4.2. Организация, контроль, планирование и анализ деятельности органов, осуществляющих федеральный государственный контроль (надзор), и учреждений, обеспечивающих их деятельность. ТФ 3.4.3. Взаимодействие с подразделениями и представителями высших организаций, органами государственной власти, органами местного самоуправления, гражданами. ТФ 3.4.4. Обеспечение развития деятельности органов, осуществляющих государственный контроль (надзор), и учреждений, обеспечивающих их деятельность.

2. Аттестационные материалы

Текущая и промежуточная аттестация по дисциплине проходит в форме тестового контроля, кейс – технологии, решения ситуационных задач, представление результатов самостоятельной работы ординатора, подготовки рефератов.

2.1. Рекомендуемые темы рефератов:

1. 1. Особенности рынка медицинских услуг в разрезе географии.
2. Особенности рынка медицинских услуг в разрезе профессии.
3. Особенности рынка медицинских услуг в разрезе возраста.

2.2. Тестовые задания

Тестовые задания разработаны для каждой ДЕ и содержат от 20 до 50 вопросов. В тестовом задании студенту задаются 20 вопросов с возможностью выбора одного или нескольких правильных ответов из 4-5 предложенных.

Примеры тестовых заданий:

1. На высшем уровне управления происходит:

а) разработка сменно-суточных заданий

б) организация выполнения квартальных заданий

*в) формирование целей организации

г) контроль использования сырья и оборудования

2. Способы, используемые при выборе решения, обеспечивающего получение максимального или минимального значения выбранного критерия:

***а) Методы оптимизации управленческих решений**

б) Методы принятия управленческих решений

в) Результативность управления

г) Эффективность управления

3. В умении принимать обоснованные решения, использовать нововведения, развивать неформальные отношения, находить индивидуальный подход, создавать атмосферу творчества в организации проявляется:

а) организация управления

б) система управления

*в) искусство управления

г) функция управления

4. Отношения воздействия начальника на подчиненного называются:

а) горизонтальные управленческие отношения

б) межличностные отношения

*в) рыночные отношения

г) вертикальные управленческие отношения

5. **Что такое услуга:**

а) Любая вещь, свободно участвующая в обмене и способная удовлетворить человеческие потребности, запросы и нужды, которая предоставляется на рынке для привлечения внимания, приобретения и потребления

*б) Действие, выгода или способ удовлетворения потребности, которые одна сторона предлагает другой

в) Всё, что может быть предложено на рынке для привлечения внимания, ознакомления, использования или потребления и что может удовлетворить нужды или потребности

г) Изменение состояния потребляющей единицы в результате действия производителей

6. **Что такое товар:**

*а) Любая вещь, свободно участвующая в обмене и способная удовлетворить человеческие потребности, запросы и нужды, которая предоставляется на рынке для привлечения внимания, приобретения и потребления

б) Действие, выгода или способ удовлетворения потребности, которые одна сторона предлагает другой

в) Всё, что может быть предложено на рынке для привлечения внимания, ознакомления, использования или потребления и что может удовлетворить нужды или потребности

г) Изменение состояния потребляющей единицы в результате действия производителей

7. Что относят к факторам микросреды организации:

*а) Поставщики ресурсов

*б) Хозяйствующие субъекты, способствующие в сбыте товара

в) Факторы, определяющие демографическую структуру населения

*г) Конкуренты

д) Хозяйствующие субъекты, испытывающие спрос на продукцию

8. **Что относят к факторам внешней среды медицинской организации:**

*а) Экономическая среда

*б) Политическая среда

в) Организация производства

*г) Макросреда

д) Производство

9. Что относят к факторам макросреды организации:

а) Конкуренты

*б) Социальная среда

*в) Технологическая среда

г) Хозяйствующие субъекты, способствующие в распространении и сбыте товаров

д) Хозяйствующие субъекты, располагающие ресурсами

10. Что понимают под понятием «емкость рынка»

а) Процент повторных покупок в тех группах покупателей, которые приобретали товар хотя бы однажды

*б) Количество товара, которое может поглотить рынок при определенных условиях за какой-то промежуток времени.

с) Индекс интенсивности потребления, для прогнозирования тенденций развития рынка

11. Что позволяет определять метод Парфитта и Коллинза:

*а) Процент повторных покупок в тех группах покупателей, которые приобретали товар хотя бы однажды

б) Максимально достижимый уровень продаж определенного товара за определенный период времени

в) Индекс интенсивности потребления, для прогнозирования тенденций развития рынка

12. Принципы организации службы маркетинга:

*а) Маркетинг для предприятия, а не предприятие для маркетинга

*б) Маркетинг - общефирменное дело

*в) Быть как можно ближе к потребителю

г) Принцип иерархии

13. Что входит в блок товарных подразделений компании:

а) Разработка стратегии освоения целевых рынков

б) Выполнение рыночных прогнозов с учетом тенденций и закономерностей

*г) Формирование товарной политики с учетом качества потребительских характеристик товара, его конкурентоспособности

*д) Формирование привлекательного ассортимента и концепции разработки нового товара

14. Что входит в блок планирования маркетинговых исследований компании:

*а) Создание модели антикризисного управления

б) Создание механизма управления спросом по каждой номенклатурной единице товарной линии

*в) Мониторинг рыночной устойчивости и системного анализа SWOT

*г) Разработка стратегии освоения целевых рынков

15. Что входит в блок коммуникаций компании:

а) Планирование маркетинговой деятельности

*б) Участие в выставках, ярмарках, аукционах

*в) Организация социальных акций

г) Формирование привлекательного ассортимента и концепции разработки нового товара

3.Технологии и критерии оценивания

- тестовый контроль
- опрос на практическом занятии,
- кейс - технологии;
- ситуационные задачи
- представление результатов самостоятельной работы ординатора
- представление реферативныхработ и др.

Критерии оценки при тестировании:

Количество правильных ответов	***Оценка по общепринятой шкале***
90 – 100%	Отлично
80 – 89%	Хорошо
70 – 79%	Удовлетворительно
0 – 70	Неудовлетворительно

Содержание реферативной/ учебно-исследовательской работы/ учебного проекта

- определение проблемы и постановка цели и задач;
- предварительный анализ имеющейся информации и формулировку исходных гипотез;
- теоретический анализ гипотез;
- планирование, организации и проведение эксперимента;
- анализ и обобщение полученных результатов;
- проверку исходных гипотез на основе полученных фактов;
- окончательную формулировку новых фактов;
- получение объяснений или научных предсказаний.

Критерии оценки реферативной/учебно-исследовательской работы/ учебного проекта:

Кол-во баллов	***3 балла***	***4 балла***	***5 баллов***
Критерии оценки	Содержание реферативной работы отражено не полностью, докладчик ориентируется в материале с затруднениями, ответы на вопросы студентов и преподавателя не	Содержание реферативной работы отражено не полностью Материал сообщения зачитывается с использованием доп. источников или с использованием тезисов, работа с аудиторией (вопрос-ответ) – активна, ответы на вопросы преподавателя не полные, в материале темы	Содержание реферативной работы отражено полностью. Материал сообщения зачитывается без использования дополнительных источников или редкое использование тезисов, работа с аудиторией (вопрос-ответ) – активна, ответы на вопросы преподавателя полные, в

	полные.	ориентируется с небольшими затруднениями.	материале темы ориентируется хорошо, быстро.

По окончании изучения дисциплины «Маркетинг в здравоохранении» предусмотрен зачет без оценки, который проводится на последнем практическом занятии по результатам тестового контроля. Зачет проводится в 4 семестре.

Уровень сформированности компетенций подтверждается посредствам демонстрации знаний, который ординатор приобретает в ходе изучения дисциплины «Маркетинг в здравоохранении». Проверка знаний проводится на этапе тестирования по основным вопросам теоретического материала.

При правильном ответе более чем на 70% тестовых вопросов выставляется оценка «зачтено».

При ответе менее чем на 70% тестовых вопросов выставляется оценка «не зачтено».