

МИНИСТЕРСТВО ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский национальный исследовательский медицинский университет
имени Н.И. Пирогова» Министерства здравоохранения Российской Федерации
(ФГАОУ ВО РНИМУ им. Н.И. Пирогова Минздрава России)

Психолого-социальный факультет

«УТВЕРЖДАЮ»



И.О. Никишина
профессор психолого-социального
факультета
д-р психол.наук, проф.

/В.Б. Никишина/

27» 04 20 20 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1.В.В.4.1 «МАРКЕТИНГ»

для образовательной программы высшего образования -
программы бакалавриата
по направлению подготовки
39.03.02 Социальная работа

Москва 2020 г.



Настоящая рабочая программа дисциплины Б.1.В.В.4.1 «Маркетинг» (далее – рабочая программа дисциплины), является частью программы бакалавриата по направлению подготовки 39.03.02 «Социальная работа».

Направленность (профиль) образовательной программы – Социальная работа.

Форма обучения: очная.


Рабочая программа дисциплины подготовлена на кафедре истории медицины и социально-гуманитарных наук лечебного факультета (далее – кафедра) ФГАОУ ВО РНИМУ им. Н.И. Пирогова Минздрава России авторским коллективом под руководством Ковтюх Г.С., канд. ист. наук, профессора.

Составители:

№ п.п.	Фамилия, Имя, Отчество	Ученая степень, ученое звание	Занимаемая должность	Основное место работы	Подпись
1.	Ковтюх Галина Семеновна	канд. ист. наук, проф.	Зав. кафедрой истории медицины и социально-гуманитарных наук ЛФ	ФГАОУ ВО РНИМУ им. Н.И. Пирогова Минздрава России	
2.	Хрептус Екатерина Сергеевна	канд. экон. наук, доц.	Доцент кафедры истории медицины и социально-гуманитарных наук ЛФ	ФГАОУ ВО РНИМУ им. Н.И. Пирогова Минздрава России	

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры (Протокол № 8 от «21» апреля 2020 г.).

Рабочая программа дисциплины рекомендована к утверждению рецензентами:

№ п.п.	Фамилия, Имя, Отчество	Ученая степень, ученое звание	Занимаемая должность	Основное место работы	Подпись
1.	Мысляева Ирина Николаевна	д-р экон. наук, проф.	Зав. кафедрой экономики и управления в космической отрасли факультета космических исследований МГУ им. М.В.Ломоносова	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова»	

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена советом психолого-социального факультета, протокол № 7 от «24» 04 2020г.

Нормативно-правовые основы разработки и реализации рабочей программы дисциплины:

1) Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по специальности 39.03.02 Социальная работа (уровень бакалавриата), утвержденный Приказом Министра образования и науки Российской Федерации от «12» января 2016 г. № 8 (Далее – ФГОС ВО 3+).

2) Общая характеристика образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 39.03.02. Социальная работа.

3) Учебный план образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 39.03.02. Социальная работа.

4) Устав и локальные акты ФГАОУ ВО РНИМУ им. Н.И. Пирогова Минздрава России (далее – Университет).

1. Общие положения

1.1. Цель и задачи освоения дисциплины

1.1.1. Целью освоения дисциплины «Маркетинг» является изучение студентами основных принципов и методов современного маркетинга, получение ими специальных знаний, необходимых для организации маркетинговой деятельности.

1.1.2. Задачи, решаемые в ходе освоения программы дисциплины:

– **сформировать систему знаний** понятийно-терминологического аппарата, характеризующего организацию маркетинга на предприятии; представления о сущности, принципах и методах маркетинга, об основных идеях и правилах планирования, управления и контроля деятельности предприятий в организациях, ориентированных на рынок; о системах формирования спроса в стимулирования сбыта, организации каналов товародвижения и сбыта;

– **сформировать и развить умения** управлять товарной и ценовой политикой; применять методы создания нового товара;

– **сформировать готовность и способность** к работе на рынке как в качестве производителей и продавцов, так и покупателей ресурсов;

– успешное прохождение текущего контроля и промежуточной аттестации, предусмотренных настоящей рабочей программой.

1.2. Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина Б.1.В.В.4.1 «Маркетинг» изучается в 5 семестре и относится к вариативной части блока Б.1 Дисциплины. Является дисциплиной по выбору.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е.

Для успешного освоения настоящей дисциплины обучающиеся должны освоить следующие дисциплины:

История

Знания: знать исторические события и факты, основные понятия и сведения, содействующие системному изучению экономических явлений.

Умения: уметь применять полученные по дисциплине знания для изучения экономических явлений.

Навыки: владеть навыками анализа экономических явлений с учетом сведений, полученных по истории.

Логика

Знания: знать основные понятия и сведения, методологические принципы, содействующие системному изучению экономических явлений.

Умения: уметь применять полученные по дисциплине знания для изучения экономических явлений.

Навыки: владеть навыками анализа экономических явлений.

Математика

Знания: знать математические модели, законы и термины, способствующих изучению экономики.

Умения: уметь применять полученные по дисциплине знания для изучения экономических явлений.

Навыки: владеть навыками математического анализа и моделирования.

Современные информационные технологии

Знания: знать основные информационные технологии, средства, способствующих изучению экономики.

Умения: уметь применять полученные по дисциплине знания для изучения экономических явлений.

Навыки: владеть навыками информационных технологий.

Социология

Знания: знать основные социологические и статистические методы, способствующих изучению экономики.

Умения: уметь применять полученные по дисциплине знания для изучения экономических явлений.

Навыки: владеть навыками социологического анализа.

Философия

Знания: знать методологические принципы, основные понятия и сведения, содействующие системному изучению экономических феноменов.

Умения: уметь применять полученные по дисциплине знания для изучения экономических явлений.

Навыки: владеть навыками анализа экономических категорий с учетом сведений, полученных по философии.

Знания, умения и навыки, сформированные при освоении настоящей дисциплины, необходимы для успешного освоения дисциплины «Экономические основы социальной работы».

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы:

5 семестр

Планируемые результаты обучения по дисциплине: (знания, умения навыки)	Компетенции студента, на формирование, которых направлены результаты обучения по дисциплине	Шифр компетенции
Общекультурные компетенции		
Знать: <ul style="list-style-type: none">• сущность, принципы и методы социального маркетинга• основные идеи и правила планирования, управления и контроля деятельности организаций• концепции маркетинга; соотношение интересов общества и потребителей• информационные системы социального маркетинга Уметь: <ul style="list-style-type: none">• определять виды и типы современного маркетинга• применять маркетинговые	Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	ОК-3

<p>технологии в социальной сфере</p> <ul style="list-style-type: none"> • применять управление социальным маркетингом на функциональном уровне • применять методы социально-маркетинговых исследований <p>Владеть навыками:</p> <ul style="list-style-type: none"> • маркетингового управления в социальной сфере • формирования спроса и обеспечения адекватного предложения социальных услуг • маркетингового исследования в социальной сфере 		
---	--	--

2. Формы работы обучающихся, виды учебных занятий и их трудоемкость

Формы работы обучающихся / Виды учебных занятий/ Формы промежуточной аттестации	Всего часов	Распределение часов по семестрам							
		1	2	3	4	5	6	7	8
Учебные занятия									
<i>Контактная работа обучающихся с преподавателем в семестре (КР), в т.ч.:</i>	36					36			
Лекционное занятие (ЛЗ)	18					18			
Семинарское занятие (СЗ)	14					14			
Практическое занятие (ПЗ)									
Практикум (П)									
Лабораторно-практическое занятие (ЛПЗ)									
Лабораторная работа (ЛР)									
Клинико-практические занятия (КПЗ)									
Специализированное занятие (СПЗ)									
Комбинированное занятие (КЗ)									
Коллоквиум (К)	2					2			
Контрольная работа (КР)									
Итоговое занятие (ИЗ)	2					2			
Групповая консультация (ГК)									
Конференция (Конф.)									
Иные виды занятий									
<i>Самостоятельная работа обучающихся в семестре (СРО), в т.ч.</i>	36					36			
Подготовка к учебным аудиторным занятиям	25					25			
Подготовка истории болезни									
Подготовка курсовой работы									
Подготовка реферата	11					11			
Иные виды самостоятельной работы (в т.ч. выполнение практических заданий проектного, творческого и др. типов)									
Промежуточная аттестация									
<i>Контактная работа обучающихся в ходе промежуточной аттестации (КРПА), в т.ч.:</i>									
Зачёт (З)	+					+			
Защита курсовой работы (ЗКР)									
Экзамен (Э)**									
<i>Самостоятельная работа обучающихся при подготовке к промежуточной аттестации (СРПА), в т.ч.</i>									
Подготовка к экзамену**									
Общая	в часах: ОТД =	72				72			

трудоемкость дисциплины (ОТД)	КР+СРС+КРПА+СРПА								
	в зачетных единицах: ОТД (в часах):36	2					2		

3. Содержание дисциплины

3.1 Содержание тем дисциплины

№ п/п	№ компетенции	Наименование темы дисциплины	Содержание темы в дидактических единицах
1	2	3	4
1.	ОК-3	Тема 1. Сущность и содержание концепции социального маркетинга	Сущность и содержание социального маркетинга. Понятие о маркетинге как системе организации деятельности предприятия. Эволюция концепций маркетинга. Социальный маркетинг и причины его возникновения. Концепции, модели и направления социального маркетинга. Социально-ответственный маркетинг. Маркетинг взаимоотношений. Основные виды социального маркетинга. Основные параметры социально-значимой кампании. Фандрайзинг: основные формы и модели. Роль спонсорства и благотворительности в укреплении имиджа и деловой репутации компании. Стимулирование продаж в социальном маркетинге. Организация маркетингового управления социальной сферой. Маркетинговое управление в социальной сфере. Специфичные отличия маркетингового управления в социальной сфере. Управление социальным маркетингом на функциональном уровне. Инструментарий социальной компетентности и социального партнерства. Социальные стандарты бизнеса. Социальная компетентность и ответственность
2.	ОК-3	Тема 2. Реализация маркетинга в социальной сфере	Социальная компетентность. Корпоративная социальная ответственность. Маркетинговое исследование. Особенности разработки социального продукта. Социальные инновации. Маркетинговые исследования в социальной сфере. Сегментирование и позиционирование в социальном маркетинге. Разработка комплекса социального маркетинга. Особенности коммуникаций в социальном маркетинге. Реклама, PR-технологии в обеспечении конкурентоспособности социального продукта

3.2. Перечень разделов, тем дисциплины для самостоятельного изучения обучающимися (при наличии)

Разделы и темы дисциплины для самостоятельного изучения обучающимися в программе не предусмотрены.

4. Тематический план дисциплины

4.1. Тематический план контактной работы обучающихся с преподавателем

№ п/п	Виды учебных занятий/форма промежуточной аттестации *	Период обучения (семестр). Порядковые номера и наименование тем. Темы учебных занятий.	Количество часов контактной работы	Виды текущего контроля усп. **	Формы проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации ***					
					КП	ОП	ТЭ	ОУ	ОК	ПР
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
5 семестр										
		Тема 1. Сущность и содержание концепции социального маркетинга								
1.	ЛЗ	Сущность и содержание социального маркетинга.	2	Д	+					
2.	СЗ	Понятие о маркетинге как системе организации деятельности предприятия. Эволюция концепций маркетинга. Социальный маркетинг и причины его возникновения.	2	Д, Т	+			+		
3.	СЗ	Концепции, модели и направления социального маркетинга. Социально-ответственный маркетинг. Маркетинг взаимоотношений	2	Д, Т	+			+		
4.	ЛЗ	Основные виды социального маркетинга.	2	Д	+					
5.	СЗ	Основные параметры социально-значимой кампании. Фандрайзинг: основные формы и модели.	2	Д	+			+		
6.	СЗ	Роль спонсорства и благотворительности в укреплении имиджа и деловой репутации компании. Стимулирование продаж в социальном маркетинге	2	Д, Т	+	+				
7.	ЛЗ	Организация маркетингового управления социальной сферой.	2	Д	+					
8.	СЗ	Маркетинговое управление в социальной сфере. 2. Специфичные отличия маркетингового управления в социальной сфере. 3.	2	Д, Т	+			+		
9.	СЗ	Управление социальным маркетингом на функциональном уровне. . Инструментарий социальной компетентности и социального партнерства. Социальные стандарты бизнеса.	2	Д,Т	+	+				
10.	ЛЗ	Социальная компетентность и ответственность	2	Д	+					
		Тема 2. Реализация маркетинга в социальной сфере								
11.	СЗ	Социальная компетентность. Корпоративная социальная ответственность. Маркетинговое исследование. Особенности разработки социального продукта. Социальные инновации.	2	Д, Т	+			+		+

12.	ЛЗ	Маркетинговые исследования в социальной сфере.	2	Д	+					
13.	ЛЗ	Сегментирование и позиционирование в социальном маркетинге.	2	Д	+					
14.	ЛЗ	Разработка комплекса социального маркетинга.	2	Д	+					
15.	ЛЗ	Особенности коммуникаций в социальном маркетинге.	2	Д	+					
16.	ЛЗ	Реклама, PR-технологии в обеспечении конкурентоспособности социального продукта	2	Д	+					
17.	К	<i>Текущий рубежный (модульный) контроль по темам 1-2</i>	2	Д, Р	+			+		
18.	ИЗ	<i>Текущий итоговый контроль</i>	2	Д, И	+				+	
Всего часов за семестр:			36							
Всего часов по дисциплине:			36							

Условные обозначения:

Виды учебных занятий и формы промежуточной аттестации*

Виды учебных занятий, формы промежуточной аттестации	Сокращённое наименование	
	Лекционное занятие	Лекция
Семинарское занятие	Семинар	СЗ
Практическое занятие	Практическое	ПЗ
Практикум	Практикум	П
Лабораторно-практическое занятие	Лабораторно-практическое	ЛПЗ
Лабораторная работа	Лабораторная работа	ЛР
Клинико-практические занятия	Клинико-практическое	КПЗ
Специализированное занятие	Специализированное	СЗ
Комбинированное занятие	Комбинированное	КЗ
Коллоквиум	Коллоквиум	К
Контрольная работа	Контр. работа	КР
Итоговое занятие	Итоговое	ИЗ
Групповая консультация	Групп. консультация	КС
Конференция	Конференция	Конф.
Зачёт	Зачёт	З
Защита курсовой работы	Защита курсовой работы	ЗКР
Экзамен	Экзамен	Э

Виды текущего контроля успеваемости (ВТК)**

Виды текущего контроля успеваемости (ВТК)**	Сокращённое наименование		Содержание
Текущий дисциплинирующий контроль	Дисциплинирующий	Д	Контроль посещаемости занятий обучающимся
Текущий тематический контроль	Тематический	Т	Оценка усвоения обучающимся знаний, умений и опыта практической деятельности на занятиях по теме.
Рубежный (модульный) контроль	Рубежный	Р	Оценка усвоения обучающимся знаний, умений и опыта практической деятельности по теме (разделу) дисциплины
Текущий итоговый контроль	Итоговый	И	Оценка усвоения обучающимся знаний, умений и опыта практической деятельности по темам (разделам) дисциплины

**Формы проведения текущего контроля успеваемости
и промежуточной аттестации обучающихся / виды работы обучающихся /*****

№	Формы проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (ФТКУ) ***	Техническое и сокращённое наименование		Виды работы обучающихся (ВРО) ***	Типы контроля
1	Контроль присутствия (КП)	Присутствие	КП	Присутствие	Присутствие
2	Учет активности (А)	Активность	А	Работа на занятии по теме	Участие
3	Опрос устный (ОУ)	Опрос устный	ОУ	Выполнение задания в устной форме	Выполнение обязательно
4	Опрос письменный (ОП)	Опрос письменный	ОП	Выполнение задания в письменной форме	Выполнение обязательно
5	Опрос комбинированный (ОК)	Опрос комбинированный	ОК	Выполнение заданий в устной и письменной форме	Выполнение обязательно
6	Тестирование в электронной форме (ТЭ)	Тестирование	ТЭ	Выполнение тестового задания в электронной форме	Выполнение обязательно
7	Проверка реферата (ПР)	Реферат	ПР	Написание (защита) реферата	Выполнение обязательно
8	Выполнении лабораторной работы (ЛР)	Лабораторная работа	ЛР	Выполнение (защита) лабораторной работы	Выполнение обязательно
9	Подготовка учебной истории болезни (ИБ)	История болезни	ИБ	Написание (защита) учебной истории болезни	Выполнение обязательно
10	Решение практической (ситуационной) задачи (РЗ)	Практическая задача	РЗ	Решение практической (ситуационной) задачи	Выполнение обязательно
11	Подготовка курсовой работы (ПКР)	Курсовая работа	ПКР	Выполнение (защита) курсовой работы	Выполнение обязательно
12	Клинико-практическая работа (КПР)	Клинико-практическая работа	КПР	Выполнение клинико-практической работы	Выполнение обязательно
13	Проверка конспекта (ПК)	Конспект	ПК	Подготовка конспекта	Выполнение обязательно
14	Проверка контрольных нормативов (ПKN)	Проверка нормативов	ПKN	Сдача контрольных нормативов	Выполнение обязательно
15	Проверка отчета (ПО)	Отчет	ПО	Подготовка отчета	Выполнение обязательно
16	Контроль выполнения домашнего задания (ДЗ)	Контроль самостоятельной работы	ДЗ	Выполнение домашнего задания	Выполнение обязательно, Участие
17	Контроль изучения электронных образовательных ресурсов (ИЭОР)	Контроль ИЭОР	ИЭОР	Изучения электронных образовательных ресурсов	Изучение ЭОР

4.2 Содержание самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Период обучения (семестр). Наименование темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы обучающихся	Всего часов
1	2	3	4
5 семестр			
1	Тема 1. Сущность и содержание концепции социального маркетинга	Подготовка к учебным аудиторным занятиям	20
2		Тема 2. Реализация маркетинга в социальной сфере	Подготовка к учебным аудиторным занятиям
		Подготовка реферата	11
Итого:			36

5. Организация текущего контроля успеваемости обучающихся

5.1. Оценочные средства текущего контроля успеваемости обучающихся

5.1.1. Условные обозначения:

Типы контроля (ТК)*

Типы контроля		Тип оценки
Присутствие	П	наличие события
Участие(дополнительный контроль)	У	дифференцированный
Изучение электронных образовательных ресурсов (ЭОР)	И	наличие события
Выполнение(обязательный контроль)	В	дифференцированный

Виды текущего контроля успеваемости (ВТК)**

Виды текущего контроля успеваемости (ВТК)**	Сокращённое наименование		Содержание
Текущий дисциплинирующий контроль	Дисциплинирующий	Д	Контроль посещаемости занятий обучающимся
Текущий тематический контроль	Тематический	Т	Оценка усвоения обучающимся знаний, умений и опыта практической деятельности на занятиях по теме.
Текущий рубежный (модульный) контроль	Рубежный	Р	Оценка усвоения обучающимся знаний, умений и опыта практической деятельности по теме (разделу, модулю) дисциплины
Текущий итоговый контроль	Итоговый	И	Оценка усвоения обучающимся знаний, умений и опыта практической деятельности по темам (разделам, модулям) дисциплины

5.1.2. Структура текущего контроля успеваемости по дисциплине

5 семестр

Виды занятий		Формы текущего контроля успеваемости/виды работы		ТК*	ВТК**	Max.	Min.	Шаг
Лекционное занятие	ЛЗ	Контроль присутствия	КП	П	Д	1	0	1
Семинарское занятие	СЗ	Контроль присутствия	КП	П	Д	1	0	1
		Опрос устный	А	У	Д	10	0	1
		Опрос письменный	ОП	П	Д	10	0	1
		Проверка реферата	ПР	У	Д	20	0	1
Коллоквиум (Модульный контроль)	К	Контроль присутствия	КП	П	Д	1	0	1
		Опрос устный	ОУ	В	Р	20	0	1
Итоговое занятие	ИЗ	Контроль присутствия	КП	П	Д	1	0	1
		Опрос комбинированный	ОК	В	И	50	0	1

5.1.3. Весовые коэффициенты текущего контроля успеваемости обучающихся (по видам контроля и видам работы)

5 семестр

Вид контроля	План в %	Исходно		Формы текущего контроля успеваемости/виды работы	ТК	План в %	Исходно		Коэф.
		Баллы	%				Баллы	%	
Текущий дисциплинирующий контроль	5	18	10,11	Контроль присутствия	П	5	18	10,11	0,28
Текущий тематический контроль	35	90	50,57	Опрос письменный	В	10	20	11,24	0,5
				Опрос устный	В	10	50	28,09	0,2
				Проверка реферата	В	15	20	11,24	0,75
Текущий рубежный (модульный) контроль	30	20	11,24	Опрос устный	В	30	20	11,24	1,5
Текущий итоговый контроль	30	50	28,09	Опрос комбинированный	В	30	50	28,09	0,6
Max. кол.баллов	100	178							

5.2. Порядок текущего контроля успеваемости обучающихся (критерии, показатели и порядок текущего контроля успеваемости обучающихся)

Критерии, показатели и порядок балльно-рейтинговой системы текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) устанавливается Положением о балльно-рейтинговой системе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования Российский национальный исследовательский медицинский университет им. Н.И.

Пирогова Министерства здравоохранения Российской Федерации с изменениями и дополнениями (при наличии).

6. Организация промежуточной аттестации обучающихся

5 семестр

- 1). Форма промежуточной аттестации согласно учебному плану - **зачет**.
- 2). Форма организации промежуточной аттестации — на основании семестрового рейтинга обучающихся.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (по периодам освоения образовательной программы) – согласно п. 1.3. настоящей рабочей программы дисциплины.

7.2. Критерии, показатели и порядок промежуточной аттестации обучающихся с использованием балльно-рейтинговой системы. Порядок перевода рейтинговой оценки обучающегося в традиционную систему оценок.

5 семестр

Порядок промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) в форме зачёта

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) в форме зачёта проводится на основании результатов текущего контроля успеваемости обучающегося в семестре, в соответствии с расписанием занятий по дисциплине, как правило, на последнем занятии.

Время на подготовку к промежуточной аттестации не выделяется.

Критерии, показатели и порядок балльно-рейтинговой системы промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в форме зачета, а также порядок перевода рейтинговой оценки обучающегося в традиционную систему оценок устанавливается Положением о балльно-рейтинговой системе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования Российский национальный исследовательский медицинский университет им. Н.И. Пирогова Министерства здравоохранения Российской Федерации с изменениями и дополнениями (при наличии).

7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для проведения промежуточной аттестации

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации в форме зачета:

1. В каком из определений неточно передается роль маркетинга?

- 1) маркетинг – вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена;

- 2) маркетинг – система внутрифирменного управления, направляемая на изучение и учет потребностей и требований потребителей;
- 3) маркетинг – это продвижение, управление и удовлетворение спроса посредством обмена;
- 4) маркетинг – это философия, стратегия и тактика поведения и взаимодействия участников рыночных отношений.

2. Составляющими микросреды медицинской организации являются:

- 1) внутренняя среда организации;
- 2) макросреда;
- 3) непосредственное окружение организации;
- 4) внешняя среда организации.

3. В качестве параметров позиционирования медицинской организации можно использовать:

- 1) средний возраст пациентов;
- 2) квалификацию медицинского персонала;
- 3) спектр услуг;
- 4) место расположения;
- 5) средний возраст медицинского персонала.

4. Сегментирование рынка медицинских услуг можно проводить по следующим признакам:

- 1) поведенческий;
- 2) демографический;
- 3) логарифмический;
- 4) географический;
- 5) психологический.

5. Цену можно охарактеризовать как:

- 1) выражение ценности товара;
- 2) денежная сумма, взимаемая за конкретный товар;
- 3) сумма затрат и прибыли на производство товара;
- 4) сумма издержек и прибыли на производство и продвижение товара.

Задание 1. На абстрактной ситуации разработайте комплекс маркетинга, с учетом медицинских услуг, предоставляемых Вашей медицинской организацией. Последовательно опишите и обсудите элементы комплекса маркетинга. Составьте план маркетинга.

Задание 2. Разработайте и изложите стратегические подходы к комплексу маркетинга при борьбе с алкоголизмом в рамках общественной оздоровительной программы на уровне города.

Задание 3. Вы – глава службы маркетинга крупной многопрофильной больницы. С учетом изменений в демографической, экономической, научно-технической и культурной средах, какие планы Вы предполагаете разработать и реализовать, чтобы обеспечить своей организации успех на ближайшие пять лет.

8. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины

Обучение по учебной дисциплине «Маркетинг» складывается из контактной работы, включающей лекционные занятия, семинарские занятия, коллоквиумы, итоговое занятие; и самостоятельной работы студентов.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 39.03.02 «Социальная работа» предполагается широкое использование в учебном процессе активного и интерактивного обучения (групповые дискуссии) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Самостоятельная работа обучающихся подразумевает подготовку к семинарским занятиям и коллоквиумам и включает изучение специальной литературы по теме (рекомендованные учебники, методические пособия, ознакомление с материалами, опубликованными в монографиях, специализированных журналах, на рекомендованных медицинских сайтах) и выполняется в пределах часов, отводимых на изучение дисциплины. Каждый обучающийся обеспечивается доступом к библиотечным фондам кафедры и ВУЗа, а также электронным ресурсам.

Различные виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающегося, способствуют овладению культурой мышления, письменной и устной речи; готовности к пониманию картины мира на основе сформированного мировоззрения, овладению достижениями естественных и общественных наук; умение использовать основные положения теории маркетинга для оценки и анализа различных социальных явлений.

Работа обучающегося в группе формирует коммуникабельность и навыки работы в коллективе (команде). Самостоятельная работа с литературными источниками (в процессе подготовки к занятиям) формируют способность анализировать социальные проблемы, умение применять на практике основные подходы и термины маркетинга.

Методические указания по порядку разработки рефератов:

Объем работы должен составлять 15-20 страниц печатного текста, 14 шрифт, 1,5 интервал. Страницы текста, рисунки, графики, таблицы нумеруются. Текст пишут (либо печатают) аккуратно, без недопустимых сокращений, на одной стороне листа. Все исправления или дополнения, сделанные по требованию преподавателя, выносят на чистую сторону листа в том месте, где обнаружены ошибки или заданы вопросы. В конце работы приводят список использованной литературы, который дается в алфавитном порядке по фамилиям авторов или по первому слову заглавия книг, если автор не указан. Список должен быть оформлен правильно. В приложении 1 дан пример оформления титульного листа реферата. Список литературы должен содержать не менее 10 источников, при этом источники следует использовать за последние три года.

Структура реферата состоит из 3 частей: введение, основная часть, заключение. Во введении обосновывается актуальность темы, ее место в общей структуре курса изучаемой дисциплины.

Основная часть должна быть написана по заранее составленному плану. В ней излагаются основные теоретические аспекты темы. В этой части следует выделить от 2 до 5 разделов.

В заключении формулируются общие выводы, дается обобщающий обзор основных положений, анализируемых в основной части.

Необходимые требования к оформлению: наличие титульного листа; содержания, которому должна соответствовать рубрикация разделов в работе; введения; основной части; заключения; списка литературы.

Реферат может быть доработан в курсовой проект.

9. Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение дисциплины.

9.1. Основная и дополнительная литература по дисциплине:

9.1.1. Основная литература:

№ п/п	Наименование	Автор	Год и место издания	Используется при изучении тем)	Семестр	Наличие литературы	
						В библиотеке	
						Кол. экз.	Электр. адрес ресурса
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Социальная работа: учебник	Холостова Е. И.	2015 Москва: Дашков и К	Темы 1, 2	5	нет	http://marc.rs mu.ru:8020/m arcweb2/Default.asp
2	Основы маркетинга медицинских услуг: учеб. пособие для мед. вузов	Петрова Н. Г., Вишняков Н. И., Балохина С. А., Тептина Л. А.	2016 Москва: МЕДпресс-информ	Темы 1,2	5	нет	http://books-up.ru
3	Управление в социальной работе: учеб. для акад. бакалавриата	отв. ред. Холостова Е. И. и др.	2019 Москва: Юрайт	Темы 1, 2	5	нет	http://biblio-online.ru
4	Управление в социальной работе: учебник для вузов	Анисимова С. А. и др.	2017 Москва: Дашков и К	Темы 1, 2	5	нет	http://ibooks.ru

9.1.2. Дополнительная литература:

№ п/п	Наименование	Автор	Год и место издания	Используется при изучении разделов (тем)	Семестр	Наличие литературы	
						В библиотеке	
						Кол. экз.	Электр. адрес ресурса
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Управление эффективностью социальных учреждений: учеб. пособие	Комаров Е. И., Стрельникова Н. Н., Малофеев И. В.	2016 Москва: Дашков и К	Темы 1, 2	5	нет	http://marc.rs mu.ru:8020/m arcweb2/Default.asp

9.2. Перечень ресурсов информационно - телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины:

1. Правительство РФ – www.government.ru
2. Министерство экономического развития - www.economy.gov.ru
3. Федеральная служба государственной статистики – www.gks.ru
4. Федеральная антимонопольная служба – www.fas.gov.ru
5. Рейтинговое агентство «Интерфакс» - www.interfax.ru
6. Информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг» (РБК) – www.rbc.ru
7. Ежедневник «Компания» - www.ko.ru
8. Ежедневник «Секрет фирмы» - www.sf-online.ru
9. Ежедневник «Эксперт» - www.expert.ru
10. Всемирный Банк - www.worldbank.ru
11. Центральный банк РФ - www.crb.ru
12. Справочно-правовая система КонсультантПлюс - www.consultant.ru
13. Финансы - www.finansy.ru
14. РосБизнесКонсалтинг - www.rbc.ru

9.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при наличии):

1. Автоматизированная образовательная среда университета.
2. Балльно-рейтинговая система контроля качества освоения образовательной программы в автоматизированной образовательной системе университета.

9.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Лекционная аудитория, оборудованная мультимедийным оборудованием.
2. Учебная комната, расположенная в помещениях Университета.
3. Мультимедийный комплекс (ноутбук, проектор, экран).
4. Наборы мультимедийных наглядных материалов по темам учебной дисциплины.

Приложения:

1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине.
2. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

Заведующий кафедрой

(подпись)



Ковтюх Г.С.

Содержание

1. Общие положения
 2. Формы работы обучающихся, виды учебных занятий и их трудоёмкость
 3. Содержание дисциплины (модуля)
 4. Тематический план дисциплины (модуля)
 5. Организация текущего контроля успеваемости обучающихся
 6. Организация промежуточной аттестации обучающихся
 7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)
 8. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля)
 9. Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)
- Приложения:
1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)
 2. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Сведения об изменениях в рабочей программе дисциплины

Б.1.В.В.4.1 «МАРКЕТИНГ»

для образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки 39.03.02 Социальная работа на _____ учебный год.

Рабочая программа дисциплины с изменениями рассмотрена и одобрена на заседании кафедры истории медицины и социально-гуманитарных наук лечебного факультета (Протокол № _____ от «__» _____ 20__ г.).

Изменения внесены в п.

Далее приводится текст рабочей программы дисциплины в части, касающейся изменений.

Заведующий кафедрой

(подпись)

(Г.С.Ковтюх)