

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

к ОПОП

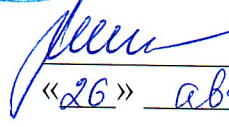


УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной
деятельности

ФГБОУ ВО ВолгГМУ

Минздрава России

 Д.В. Михальченко
«26» августа 2026 г.

**РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ)
ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –**

программы магистратуры
по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент,
направленность (профиль) Стратегический менеджмент и маркетинг в
здравоохранении,
форма обучения заочная

для обучающихся 2024, 2025, 2026 годов поступления

(актуализированная редакция)

Содержание

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА.....	3
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ	7
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ БРЕНДИНГ МЕДИЦИНСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	11
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ	14
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК	21
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПО СТРАТЕГИЧЕСКОМУ АНАЛИЗУ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ	23
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ	26
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ МАРКЕТИНГ МЕДИЦИНСКИХ И ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ УСЛУГ.....	29
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА МЕДИЦИНСКИХ И ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ УСЛУГ	33
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ	35
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ МЕДИЦИНСКАЯ РЕАБИЛИТАЦИЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕНИЯМИ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ЗДОРОВЬЯ	37
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ	40
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В МЕНЕДЖМЕНТЕ ..	43
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ПЕРСОНАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ	48
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	51
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ СОВРЕМЕННЫЙ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ	54
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ	57
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ	61
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ТЕОРИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ	64
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ В МЕДИЦИНСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	67
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ	69
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА	71
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ	75
ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ, ВКЛЮЧЕННЫЕ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ КАЖДОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	78

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Представлена в учебном плане 2024, 2025, 2026 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, обязательная часть.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 1 семестр.

Промежуточная аттестация: зачет с оценкой – 1 семестр.

Цель дисциплины: дать целостное представление о теоретических взглядах на природу управления современной организацией как системой, о содержании инновационной активности, формах стратегического партнерства и сущности современных технологий менеджмента и маркетинга.

Задачи дисциплины:

- освоение обучающимся современным концепциям менеджмента и маркетинга;
- выработка умения разработки корпоративных стратегий;
- выработка умения управления бизнес-процессами;
- формирование навыков экономической и стратегической аналитики;
- ознакомление с опытом ведущих компаний в инновационной сфере;
- обучение методам разработки стратегического менеджмента и маркетинга, принятия стратегических, тактических и оперативных решений;
- обеспечение понимания эффективного взаимодействия бизнеса (организации) и государства в процессе реализации принципов современного менеджмента и маркетинга.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Специфика актуальных проблем современного менеджмента.

Модульная единица 1. Понятийное поле теории менеджмента.

Модульная единица 2. Современные теории менеджмента. Новая парадигма управления.

Модульная единица 3. Типология организаций в соответствии со спиральной динамикой.

Задачи менеджмента XXI века.

Модульная единица 4. Менеджмент по Адизесу: типология лидерства.

Модуль 2. Актуальные проблемы современного маркетинга.

Модульная единица 5. Трансформация маркетинга в условиях цифровизации экономики

Модульная единица 6. Тренды интернет-маркетинга

Модульная единица 7. Инновационные технологии современного маркетинга

Модульная единица 8. Тренды интернет-маркетинга и рекламы в условиях цифровизации экономики

Тематические блоки ЗЛТ	Тематические блоки ЗСТ	Тематические блоки СРО
Понятийное поле теории менеджмента. Современные теории менеджмента. Новая парадигма управления. (УК-1.1.1/3-1)	Понятийное поле теории менеджмента. Управление и менеджмент: общее и отличительное. Функции менеджмента, субъект и объект управления. Организация в системе менеджмента. Эффект эмерджентности, эффект синергии. Власть как организационная сила. Типы организационных структур.	Жизненный цикл организации (определение стадии жизненного цикла по Адизесу, Грейнеру, спиральной динамике). Анализ организации на основе модели 7S Маккинзи. (УК-1.1.1/3-1; УК-1.2.1/у-1; УК-1.3.1/н-1; ОПК-

	Алгоритм принятия управленческих решений. (УК-1.1.1/з-1)	1.1.1/з-1; ОПК-5.1.1/з-1)
Типология организаций в соответствии со спиральной динамикой. Задачи менеджмента XXI века. Менеджмент по Адизесу: типология лидерства. (УК-1.1.1/з-1; ОПК-1.1.1/з-1)	Современные теории менеджмента. Новая парадигма управления. Понятие парадигмы. Смена парадигмы управления. Развитие теории управления: от технократии к гуманизму. Развитие менеджмента 2.0. Питер Друкер и задачи менеджмента XXI века. (УК-1.1.1/з-1)	
Трансформация маркетинга в условиях цифровизации экономики Тренды интернет-маркетинга (УК-1.1.1/з-1; ОПК-1.1.1/з-1)	Типология организаций в соответствии со спиральной динамикой. Задачи менеджмента XXI века. Г.Хэмел и 25 трансформационных задач менеджмента. Основы теории спиральной динамики в развитии организаций. Стадии развития организаций. Бирюзовые организации будущего. (УК-1.1.1/з-1)	
Инновационные технологии современного маркетинга. Тренды интернет-маркетинга и рекламы в условиях цифровизации экономики (УК-1.1.1/з-1; ОПК-1.1.1/з-1)	Менеджмент по Адизесу: типология лидерства. Разнообразие теорий лидерства. Функции менеджмента: подход Ицхака Адизеса. Стили лидерства по Адизесу: производитель, герой-одиночка, администратор, бюрократ, генератор идей, поджигатель, интегратор, горячий сторонник, мертвый пень. (УК-1.2.1/у-1; УК-1.3.1/н-1)	
	Трансформация маркетинга в условиях цифровизации экономики. Цифровой маркетинг: современные тенденции и перспективы использования в адаптивных системах управления сбытом. Маркетинговый аспект в реализации инновационных процессов на предприятии. Современные методы анализа маркетинговых исследований. Практика эффективного инвестирования в PR-проекты: качественный анализ стратегических направлений. Территориальный маркетинг. Реклама и PR как ключевые инструменты маркетинга. (УК-1.2.1/у-1; УК-1.3.1/н-1)	
	Тренды интернет-маркетинга. Тренды глобального рынка интернет-маркетинга. Клиентоориентированный контент как один из трендов в интернет-маркетинге. Специфика социальных медиа в современном маркетинге. (УК-1.2.1/у-1; УК-1.3.1/н-1)	
	Инновационные технологии современного маркетинга. Организационный механизм	

	управления маркетингом проекта выведения на рынок онлайн-услуги. Виды маркетинга проекта вывода на рынок онлайн-услуги. Искусственный интеллект в маркетинге инструменты маркетингового анализа рынка. Маркетинговый анализ ассортимента как инструмент совершенствования товарной стратегии как современная технология инновационного маркетинга. (УК-1.2.1./у-1; УК-1.3.1/н-1)	
	Тренды интернет-маркетинга и рекламы в условиях цифровизации экономики. Совершенствование учета реальных пользователей сети интернет для оценки охвата рекламной кампании. Big Data как инновационный инструмент для работы с контекстной рекламой. Сквозная аналитика как способ решения проблем интернет-рекламы. Веб-сайт как основной инструмент успешной коммерческой деятельности на рынке. Проблема этики рекламы и пути ее решения. Тренды в digital-маркетинге. (УК-1.2.1./у-1; УК-1.3.1/н-1)	

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы и
индикаторами их достижения**

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1.1. Знает основные принципы критического анализа проблемных ситуаций	з-1. Знает основные актуальные проблемы современного менеджмента и маркетинга
	УК-1.2.1. Умеет собирать и обобщать данные по актуальным проблемам, относящимся к профессиональной области	у-1. Умеет собирать и обобщать данные по актуальным проблемам современного менеджмента и маркетинга
	УК-1.3.1. Владеет навыком формирования оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) формирования оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций современного менеджмента и маркетинга
ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	ОПК-1.1.1. Знает основы знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	з-1. Знает комплексные организационные проблемы современного менеджмента и маркетинга и экономические, организационные и управленческие инструменты их разрешения
ОПК-5. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и	ОПК-5.1.1. Знает основы обобщения и критического оценивания научных	з-1. Знает методы интерпретации проблем менеджмента и маркетинга для получения научно

смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты	исследований в менеджменте и смежных областях, выполнения научно-исследовательских проектов	обоснованных и достоверных выводов
--	---	------------------------------------

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ

Представлена в учебном плане 2024, 2025, 2026 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 3 семестр.

Промежуточная аттестация: экзамен – 3 семестр.

Цель дисциплины: освоение теоретических основ бизнес-коммуникаций в здравоохранении, понимание их сущности, а также изучение структуры и содержания бизнес-коммуникаций.

Задачи дисциплины:

- изучить этические основы бизнес-коммуникаций и формирования современной деловой культуры; деловой этики в рекламе;
- рассмотреть теорию и практику ведения деловых переговоров - их организации и подготовки, концептуальных подходов к ним;
- освоить психологию делового общения, тактических приемов на переговорах и техники аргументации, предотвращения конфликтных ситуаций;
- рассмотреть вопросы делового этикета, бизнес-протокола и атрибутов бизнес-коммуникаций;
- проанализировать виды деловой переписки (включая и международную), особенности составления деловых документов в области рекламы;
- ознакомиться с методами организации и проведения деловых бесед, совещаний, пресс-конференций и использования современных средств коммуникации

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Социально-психологические основы бизнес-коммуникаций.

Модульная единица 1. Цели и содержание бизнес-коммуникаций.

Модульная единица 2. Стили общения.

Модульная единица 3. Этапы и структура бизнес-коммуникаций.

Модульная единица 4. Функции, параметры и способы бизнес-коммуникаций.

Модуль 2. Формы бизнес-коммуникаций.

Модульная единица 5. Вербальная и невербальная коммуникация.

Модульная единица 6. Методика устного выступления.

Модульная единица 7. Беседа как форма бизнес-коммуникаций.

Модульная единица 8. Специфика проведения презентации, прессконференции, интервью

Модуль 3. Деловая этика

Модульная единица 9. Имидж делового человека.

Модульная единица 10. Телефонная коммуникация.

Модульная единица 11. Культура оформления документов в деловом общении. Деловая переписка.

Модульная единица 12. Конфликты в бизнес-коммуникации.

Тематические блоки ЗЛТ	Тематические блоки ЗСТ	Тематические блоки СРО
Цели и содержание бизнес-коммуникаций. (УК-4.1.1/з-1; УК-	Вербальная и невербальная коммуникация	Разработка стратегии эффективной бизнес-

5.1.1/з-1; ПК-1.1.1/з-1)	Внутренняя и внешняя деловая среда компании. Субъекты деловой коммуникации. Виды и функции делового общения, структура и средства. Виды общения. Цели и содержание делового общения. Понятие «стиль общения». Ритуальный, деловой: авторитарный, демократический, либеральный, манипулятивный, гуманистический – межличностный. Речь и язык делового общения. Манеры и жесты в деловом общении (ПК-1.2.1./у-2; ПК-1.3.1/н-1)	коммуникации в медицинской организации (УК-4.1.1/з-1; УК-5.1.1/з-1; ПК-1.1.1/з-1; ПК-1.2.1/у-2; ПК-1.3.1/н-1)
Этапы и структура бизнес-коммуникаций (УК-4.1.1/з-1; УК-5.1.1/з-1; ПК-1.1.1/з-1)	Этапы, структура делового общения. Функции, параметры и способы делового общения Общение как взаимодействие. Коммуникационный процесс. Структура делового общения. Этапы делового общения: установление контакта, ориентация в ситуации, обсуждение вопроса, принятие решения, выход из контакта Функции делового общения. Параметры и способы. Общение с подчиненными, стили руководства. Стратегия общения в трудовом коллективе. Моральный климат в трудовом коллективе (ПК-1.2.1/у-1)	
Функции, параметры и способы бизнес-коммуникаций (УК-4.1.1/з-1; УК-5.1.1/з-1; ПК-1.1.1/з-1)	Методика устного выступления. Беседа как форма делового общения. Организация и проведение совещаний. Специфика проведения презентации, пресс-конференции, интервью Специфика и виды устных выступлений. Этапы подготовки к устному выступлению. Структура выступления. Смысловые, образно-выразительные и коммуникативные качества речи. Приемы привлечения и удержания внимания аудитории. Реакция на вопросы слушателей. Умение вести дискуссию. Методика проведения деловой беседы. Психологические аспекты деловой беседы. Цели и задачи беседы. Этапы завершения беседы (ПК-1.2.1/у-2; ПК-1.3.1/н-1)	
Вербальная и невербальная коммуникация. (УК-4.1.1/з-1; УК-5.1.1/з-1; ПК-1.1.1/з-1)	Методика устного выступления. Беседа как форма делового общения. Организация и проведение совещаний. Специфика проведения презентации, пресс-конференции, интервью Современные формы проведения совещаний в структурном подразделении. Проведение собрания трудового коллектива (ПК-1.2.1/у-1)	
Конфликты в бизнес-коммуникации. (УК-4.1.1/з-1; УК-	Методика устного выступления. Беседа как форма делового общения.	

5.1.1/з-1; ПК-1.1.1/з-1)	Организация и проведение совещаний. Специфика проведения презентации, пресс-конференции, интервью Методика проведения презентаций и пресс-конференций. Цели и задачи. Этапы проведения. Подведение итогов. Правила поведения во время интервью (ПК-1.2.1/у-1)	
	Телефонная коммуникация. Культура оформления документов в деловом общении Особенности телефонных деловых бесед. Подготовка беседы. Этапы проведения беседы по телефону. Хронометраж времени. Подведение итогов. Деловая переписка. Официальная корреспонденция. Официальные письма. Классификация идеологии деловых писем. Резолюция визы (ПК-1.2.1/у-1)	
	Конфликты в бизнес-коммуникации Понятие конфликта. Причины конфликта. Классификация конфликта. Особенности конфликтного поведения. Стадии протекания конфликта. Способы разрешения конфликта. Организация переговорного процесса (ПК-1.2.1/у-2; ПК-1.3.1/н-1)	

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы и
индикаторами их достижения

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1.1. Знает принципы коммуникации в профессиональной этике	з-1. Знает основы современных деловых коммуникативных технологий
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1.1. Знает психологические основы социального взаимодействия, направленного на решение профессиональных задач	з-1. Знает важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития коммуникаций
ПК-1. Способен к тактическому и	ПК-1.1.1. Знает приемы разработки	з-1. Знает приемы разработки и

стратегическому управлению процессами планирования и организации деятельности на различных уровнях организации сферы здравоохранения	и усовершенствования системы процессного управления организации сферы здравоохранения	усовершенствования системы процессного управления организации сферы здравоохранения
	ПК-1.2.1. Умеет разрабатывать и усовершенствовать системы процессного управления организации сферы здравоохранения	у-1. Умеет разрабатывать и усовершенствовать системы процессного управления организации сферы здравоохранения
	ПК-1.3.1. Владеет навыками разработки и усовершенствования системы процессного управления организации сферы здравоохранения	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) проектирования и модернизации системы процессного управления в организациях сферы здравоохранения, эффективно выстраивать и оптимизировать внутренние процессы учреждения, повышая его управляемость, прозрачность и результативность деятельности

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ БРЕНДИНГ МЕДИЦИНСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Представлена в учебном плане 2024 года поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 3 семестр.

Промежуточная аттестация: экзамен – 3 семестр.

Представлена в учебном плане 2025, 2026 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 3 семестр.

Промежуточная аттестация: экзамен – 3 семестр.

Цель дисциплины: формирование и развитие знаний и навыков в области брендинга медицинской организации в условиях высококонкурентного рынка.

Задачи дисциплины:

- формирование знаний специальной терминологии дисциплины, нормативно-правового регулирования в сфере брендинга, методов разработки и выведения нового бренда на рынок, об управлении существующим брендом медицинской организации;
- приобретение навыков применения методов и средств управления брендами, оценки стоимости бренда медицинской организации;
- освоение умений искать пути повышения эффективности управления конкурентоспособностью предприятия за счет брендинга медицинской организации.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Введение в брендинг медицинской организации.

Модульная единица 1. Типология и основные принципы брендинга.

Модульная единица 2. Стратегический анализ бренда.

Модульная единица 3. Анализ портфеля брендов.

Модуль 2. Управление брендом медицинской организации

Модульная единица 4. Процесс управления брендом.

Модульная единица 5. Бренд-коммуникации.

Тематические блоки ЗЛТ	Тематические блоки ЗСТ	Тематические блоки СРО
Основы брендинга: понятие, роль в корпоративной стратегии (УК-3.1.1/з-1)	Типология и основные принципы брендинга. Место бренда в фирменном стиле. Классификация бренда. Принципы работы с брендом. Бренд и его роль в корпоративной стратегии. Ключевые решения в области брендинга. (УК-3.1.1/з-1; ПК-2.1.1/з-1)	Разработка стратегии брендинга медицинской организации (УК-3.1.1/з-1; ПК-2.1.1/з-1; ПК-2.2.1/у-1; ПК-2.3.1/н-1)
Стратегический анализ бренда (ПК-2.1.1/з-1)	Стратегический анализ бренда. Назначение анализа. Источники	

	информации. Анализ потребителей: «погружение», метод градуирования, использование фокус-групп. Сегментация рынка (процесс 5W). Технология brand mapping. Анализ брендов конкурентов: позиции конкурентов, анализ сильных и слабых сторон, семиотический анализ. Анализ бренда компании: структура бренда, анализ сильных и слабых сторон, связи с другими брендами. (ПК-2.1.1/з-1; ПК-2.2.1/у-1)	
Управление портфелем брендов (УК-3.1.1/з-1)	Анализ портфеля брендов. Цели создания и общие принципы управления портфелем брендов. Иерархия брендов. Архитектура бренда. Взаимоотношения брендов: дом брендов, бренд-дом. Аудит портфеля брендов. Портфельный анализ: McKinsey/GE, матрица качественного анализа McKinsey. Оценка прибыльности портфеля брендов. (ПК-2.1.1/з-1; ПК-2.2.1/у-1)	
Бренд-коммуникации (УК-3.1.1/з-1; ПК-2.1.1/з-1)	Процесс управления брендом. Управление брендами с помощью концепции жизненного цикла товара. Жизненный цикл бренда. Рычаги усиления бренда. Расширение бренда. Создание ассортиментных брендов. Растягивание бренда. Совместный брендинг. Ингредиентный брендинг. Перепозиционирование брендов. Ликвидация бренда. Ребрендинг. (ПК-2.1.1/з-1; ПК-2.2.1/у-1)	
	Бренд-коммуникации. Роль интегрированных маркетинговых коммуникаций в создании сильных брендов. «Колесо бренд-менеджмента»: воздействие на 360°. Роль рекламы в создании и продвижении брендов. Создание брендов без использования рекламы: спонсорство как инструмент создания бренда, создание брендов в Интернет. (ПК-2.1.1/з-1; ПК-2.2.1/у-1; ПК-2.3.1/н-1)	

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы и
индикаторами их достижения

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную	УК-3.1.1. Знает принципы подбора эффективной команды и основные условия эффективной	з-1. Знает роль брендинга в корпоративной стратегии, ключевые принципы создания

стратегию для достижения поставленной цели	командной работы	брендов, их влияние на работу команды и стратегическое управление брендом
ПК-2. Способен к подготовке и проведению маркетингового исследования в сфере здравоохранения с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-2.1.1. Знает механизмы подготовки и проведения маркетингового исследования в сфере здравоохранения с использованием инструментов комплекса маркетинга	з-1. Знает методы анализа потребителей, конкурентного анализа, а также основы стратегического анализа брендов в медицинской организации
	ПК-2.2.1. Умеет подготавливать и проводить маркетинговые исследования в сфере здравоохранения с использованием инструментов комплекса маркетинга	у-1. Умеет анализировать рынок медицинских услуг, выявлять целевые сегменты и разрабатывать рекомендации по созданию брендов для различных категорий потребителей
	ПК-2.3.1. Владеет навыком подготовки и проведения маркетингового исследования в сфере здравоохранения с использованием инструментов комплекса маркетинга	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) применения методов бренд-коммуникаций (интегрированные коммуникации, реклама, спонсорство) для продвижения брендов медицинских организаций

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ

Представлена в учебном плане 2024, 2025, 2026 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 3 семестр.

Промежуточная аттестация: экзамен – 3 семестр.

Цель дисциплины: освоение теоретических основ делового общения в здравоохранении, понимание его сущности, а также изучение структуры и содержания делового общения.

Задачи дисциплины:

- изучить этические основы делового общения и формирования современной деловой культуры; деловой этики в рекламе;
- рассмотреть теорию и практику ведения деловых переговоров - их организации и подготовки, концептуальных подходов к ним;
- освоить психологию делового общения, тактических приемов на переговорах и техники аргументации, предотвращения конфликтных ситуаций;
- рассмотреть вопросы делового этикета, бизнес-протокола и атрибутов делового общения;
- проанализировать виды деловой переписки (включая и международную), особенности составления деловых документов в области рекламы;
- ознакомиться с методами организации и проведения деловых бесед, совещаний, пресс-конференций и использования современных средств коммуникации.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Основы психологии и социологии делового общения

Модульная единица 1. Цели и специфика делового общения.

Модульная единица 2. Стилистика делового общения.

Модульная единица 3. Этапы и структура делового общения.

Модульная единица 4. Принципы и методы делового общения.

Модуль 2. Формы делового общения.

Модульная единица 5. Средства вербальной и невербальной коммуникации. Модульная единица 6. Техника публичных выступлений.

Модульная единица 7. Технология проведения деловой беседы и совещания.

Модульная единица 8. Особенности проведения презентаций, пресс-конференций и интервью.

Модуль 3. Этика делового общения

Модульная единица 9. Создание имиджа делового человека.

Модульная единица 10. Телефонная коммуникация.

Модульная единица 11. Документальное оформление деловой переписки.

Модульная единица 12. Конфликтология в деловом общении.

Тематические блоки ЗЛТ	Тематические блоки ЗСТ	Тематические блоки СРО
Основы психологии и социологии делового общения	Участники делового общения. Внешняя и внутренняя деловая среда	Сущность и основные цели делового общения, его

(УК-4.1.1/з-1; УК-5.1.1/з-1; ПК-1.1.1/з-1)	организации. Категории субъектов делового общения. Роли и статусы участников делового взаимодействия. Классификация и функции делового общения. Виды делового общения (официальное, неофициальное, прямое, косвенное). Основные функции делового общения (информативная, регулятивная, социализирующая, воспитывающая). Каналы и средства делового общения. Психологические аспекты делового общения. Восприятие и интерпретация информации. Межличностные барьеры и искажения в восприятии. Эмпатия и эмпатичное слушание. Соотношение официального и неофициального общения. Правила и нормы официального делового общения. Значение неформальных коммуникаций в организации. Синергический эффект сочетания формальных и неформальных способов общения. Коммуникативные процессы в деловой среде. Кодирование и декодирование сообщений. Барьеры коммуникации и способы их преодоления. Особенности обратной связи в деловой коммуникации. Факторы, влияющие на эффективность делового общения. Статус и авторитет говорящего. Информационная подготовленность участников. Пространственные и временные факторы общения. Этические аспекты делового общения. Нормативно-правовые основания делового общения. Этика делового общения и корпоративная культура. Соблюдение общепринятых норм и стандартов общения. Роль эмоционального интеллекта в деловом общении. Понятие эмоционального интеллекта. Развитие эмоционального интеллекта как фактор успеха в переговорах и коммуникации. Эмоциональный интеллект и лидерство. Особенности национальных и культурных традиций в деловом общении. Международные аспекты делового общения. Культурная компетентность и межкультурная коммуникация. Этнические стереотипы и их влияние на деловое общение. Мотивация и удовлетворение потребностей в деловом общении. Теория иерархии потребностей Маслоу и ее приложение к деловому	содержательные аспекты (УК-4.1.1/з-1; УК-5.1.1/з-1; ПК-1.1.1/з-1; ПК-1.2.1/у-2; ПК-1.3.1/н-1)
---	--	--

	общению. Мотивация сотрудников и удовлетворение их личных и профессиональных потребностей через деловое общение. (ПК-1.2.1./у-1)	
Формы и приемы делового общения (УК-4.1.1/з-1; УК-5.1.1/з-1; ПК-1.1.1/з-1)	Виды делового общения Прямое и косвенное общение. Официальное и неофициальное общение. Устное и письменное общение. Внутриорганизационное и межорганизационное общение. Способы и приемы делового общения Презентация информации и публичные выступления. Переговоры и аргументирование позиции. Участие в совещании и ведении дебатов. Прием гостей и партнеров, визитная карточка. Вербальная и невербальная коммуникация Речевой аппарат и мастерство владения речью. Использование невербальных знаков (жесты, мимика, позы). Знаковая система делового общения (символы, знаки отличия). Приемы активного слушания Повторение услышанного и уточнение деталей. Открытые и закрытые вопросы. Пауза и отражение чувств собеседника. Организация деловой переписки Структура делового письма и правила написания. Электронная почта и особенности общения по e-mail. Форматы официальных документов и докладных записок. Подготовка и проведение публичных выступлений Этапы подготовки выступления. Техники захвата и удержания внимания аудитории. Артикуляция, дикция и голосовая подача. Применение приемов убеждения и аргументации Правила и методы аргументации. Приемы манипуляции и противодействия им. Пути формирования доверительных отношений. Совещания и заседания Виды и цели совещаний. Алгоритм проведения эффективных заседаний. Роль председателя и секретаря в заседании. Телефонные переговоры	

	Организация телефонного звонка. Психология и техника ведения телефонных переговоров. Скрипты и сценарии звонков. Повседневные формы делового общения Встреча с клиентами и партнерами. Телефонные разговоры и переписка. Корпоративные праздники и праздничные поздравления. (ПК-1.2.1./у-1)	
Невербальная и вербальная коммуникация (УК-4.1.1/з-1; УК-5.1.1/з-1; ПК-1.1.1/з-1)	Структура и компоненты вербальной коммуникации. Виды и жанры деловой речи. Основные качества делового общения: ясность, точность, лаконичность. Правила построения высказываний и речевого воздействия. Особенности языка делового общения. Понятия и функции невербальных средств общения. Классификация невербальных сигналов: кинесика, проксемика, паралингвистика, хронемика. Жесты, мимика, взгляд, положение тела в пространстве. Невербальные сигналы власти и статуса. Тон голоса, паузы, ритм речи. Связь между содержанием высказывания и невербальными сигналами. Согласованность и противоречие вербальных и невербальных посланий. Как невербальные проявления могут усиливать или ослаблять впечатление от речи. Факторы, влияющие на восприятие речи и невербальных сигналов. Ситуационные и психологические факторы восприятия информации. Барьеры в вербальной и невербальной коммуникации. Фонетические и лингвистические преграды. Психологические и поведенческие барьеры. Способность распознавать и преодолевать барьеры коммуникации. Этические аспекты вербальной и невербальной коммуникации. Соблюдение норм вежливости и уважения в деловой беседе. Негативные и позитивные невербальные послания и их влияние на восприятие партнера. Использование невербальных признаков в процессе убеждения и манипуляции. Практические навыки эффективного общения. Приемы уверенного и убедительного общения. Техники активного слушания и невербального подтверждения понимания. Владение голосом и языком тела для повышения привлекательности и влияния речи.	

	(ПК-1.2.1/у-1)	
Этика и имидж делового человека (УК-4.1.1/з-1; УК-5.1.1/з-1; ПК-1.1.1/з-1)	Что такое имидж делового человека и зачем он нужен. Основные компоненты делового имиджа (профессионализм, уверенность, харизма, честность). Роль внешнего облика в деловом общении. Деловой стиль одежды и аксессуаров. Здоровье, ухоженность и физическая привлекательность делового человека. Правила приветствия, обращения и представления. Поведение на деловых встречах и переговорах. Принципы общения по телефону и в переписке. основополагающие ценности и принципы деловой этики. Кодекс чести делового человека: честность, порядочность, справедливость. Этические ловушки и ошибки в деловом общении. Взаимосвязь корпоративной культуры и поведения сотрудников. Особенности национального и отраслевого делового этикета. Международный деловой этикет и культурные различия. Управление собственными эмоциями в деловой среде. Навыки сдержанности и выдержки. Психологические техники снятия напряжения и стресса. Причины возникновения конфликтов в деловой среде. Стили поведения в конфликтных ситуациях. Способы разрешения конфликтов и достижения компромисса. Признаки и техники манипуляций в деловом общении. Как противостоять манипуляторам и недобросовестным партнерам. Технологии нейтрализации манипулятивного воздействия. Специфика делового общения в интернете и соцсетях. Электронная переписка и сетевой этикет. Безопасность и приватность в цифровой среде. Самоанализ собственных сильных и слабых сторон. Оценка уровня сформированности делового имиджа и готовность к дальнейшему развитию. (ПК-1.2.1/у-1)	
Конфликтология и разрешение споров (УК-4.1.1/з-1; УК-5.1.1/з-1; ПК-1.1.1/з-1)	Определение конфликта и его разновидностей. Основные причины возникновения конфликтов в деловой среде. Внутренние и внешние факторы конфликтов. Латентная стадия и скрытое напряжение. Открытую конфронтацию и эскалацию конфликта. Пик конфликта и поиск	

	путей его разрешения. Межличностные, межгрупповые и организационные конфликты. Конфликты интересов, ценностей и целей. Внутрличностные конфликты и их влияние на деловую сферу. Позитивные и деструктивные последствия конфликтов. Необходимость и ценность конструктивного конфликта. Методы предупреждения и профилактики конфликтов. Уклонение, приспособление, компромисс, соперничество и сотрудничество. Выбор оптимальной стратегии в зависимости от обстоятельств. Развитие навыков медиации и посредничества. Переговорный процесс и урегулирование споров. Арбитраж и судебное разбирательство. Консультации и примирение сторон. Этапы и структура переговорного процесса. Основы эффективного диалога и аргументации. Искусство заключения соглашений и выработки взаимовыгодных решений. Самоконтроль и сохранение спокойствия в конфликтных ситуациях. Использование техник дыхания и релаксации. Управление собственной агрессией и негативными эмоциями. Особенности национальной и культурной обусловленности конфликтов. Принципы и методы урегулирования межнациональных и межэтнических конфликтов. Тенденции развития конфликтологии в мультикультурной среде. Этические нормы и правила поведения в конфликтных ситуациях. Психологические аспекты принятия решений в условиях конфликта. Влияние психологических состояний на поведение участников конфликта. (ПК-1.2.1/y-1)	
	Телефонная коммуникация. Культура оформления документов в деловом общении Особенности телефонных деловых бесед. Подготовка беседы. Этапы проведения беседы по телефону. Хронометраж времени. Подведение итогов. Деловая переписка. Официальная корреспонденция. Официальные письма. Классификация идеологии деловых писем. Резолюция визы (ПК-1.2.1/y-1)	
	Конфликты в деловом общении Понятие конфликта. Причины	

	конфликта. Классификация конфликта. Особенности конфликтного поведения. Стадии протекания конфликта. Способы разрешения конфликта. Организация переговорного процесса (ПК-1.3.1/н-1)	
--	--	--

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы и
индикаторами их достижения**

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1.1. Знает принципы коммуникации в профессиональной этике	з-1. Знает основы современных деловых коммуникативных технологий
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1.1. Знает психологические основы социального взаимодействия, направленного на решение профессиональных задач	з-1. Знает важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития коммуникаций
ПК-1. Способен к тактическому и стратегическому управлению процессами планирования и организации деятельности на различных уровнях организации сферы здравоохранения	ПК-1.1.1. Знает приемы разработки и усовершенствования системы процессного управления организации сферы здравоохранения	з-1. Знает теоретические основы и современные методы процессного управления, понимает специфику и требования к процессам в сфере здравоохранения
	ПК-1.2.1. Умеет разрабатывать и усовершенствовать системы процессного управления организации сферы здравоохранения	у-1. Умеет анализировать эффективность, разрабатывать и внедрять улучшения с учетом особенностей медицинской организации
	ПК-1.3.1. Владеет навыками разработки и усовершенствования системы процессного управления организации сферы здравоохранения	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) эффективно выстраивать и оптимизировать внутренние процессы учреждения, повышая его управляемость, прозрачность и результативность деятельности

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК

Представлена в учебном плане 2024, 2025, 2026 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, обязательная часть.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 1 семестр

Промежуточная аттестация: зачет – 1 семестр

Цель дисциплины: сформировать у студентов коммуникативную компетенцию, т. е. обеспечить уровнем знаний, умений и навыков, достаточных для осуществления иноязычной коммуникации, а именно устного и письменного делового общения в профессиональной и научной сферах.

Задачи дисциплины:

- изучение иноязычной лексики (включая терминологический аппарат) и речевых клише, относящихся к сфере делового общения;
- освоение и активизация основных грамматических явлений, используемых в текстах делового стиля и научно-делового подстиля;
- развитие навыка аналитического чтения профессионально-ориентированных текстов делового и научного содержания, а также деловой документации на английском языке; развитие навыков говорения в ситуациях делового общения;
- формирование навыков оформления деловой корреспонденции (составление резюме, делового письма);
- развитие умения пользоваться словарно-справочной литературой на иностранном языке, а также умения осуществлять самостоятельный творческий поиск.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Письменное профессионально-ориентированное общение.

Модульная единица 1. Менеджмент и его функции

Модуль 2. Устное профессионально-ориентированное общение.

Модульная единица 2. Управление человеческими ресурсами

Тематические блоки ЗЛТ	Тематические блоки ЗСТ	Тематические блоки СРО
Не предусмотрено учебным планом	Важность менеджмента (УК-4.1.1./з-1)	Деловая коммуникация (УК-4.1.1./з-1; УК-4.3.1./н-1; ОПК-2.2.1./у-1)
	Управление результативностью (УК-4.1.1./з-1; ОПК-2.2.1./у-1)	
	Менеджмент как профессия (УК-4.1.1./з-1; УК-4.3.1./н-1)	
	Типы менеджеров (УК-4.1.1./з-1; УК-4.2.1./у-1; УК-4.3.1./н-1)	
	Управление человеческими ресурсами (УК-4.1.1./з-1; УК-4.2.1./у-1; УК-4.3.1./н-1)	
	Важность и проблемы управления человеческими	

	ресурсами (УК-4.1.1./з-1; УК-4.3.1./н-1)	
--	---	--

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы и
индикаторами их достижения**

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1.1. Знает принципы коммуникации в профессиональной этике, в том числе на иностранном языке	з-1. Знает академическую и профессионально-ориентированную лексику и основные грамматические особенности подъязыка медицины для выражения коммуникативного намерения
	УК-4.2.1. Умеет создавать, в том числе на иностранном языке, письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам	у-1. Умеет переводить тексты научно-популярного стиля по профессиональным вопросам, осуществлять реферирование текста в письменной форме
	УК-4.3.1. Владеет навыком эффективного участия в академических и профессиональных дискуссиях, в том числе на иностранном языке	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) запроса и представления академической и профессионально значимой информации
ОПК-2. Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	ОПК-2.2.1. Умеет подбирать информационные технологии, необходимые для решения конкретной профессиональной задачи	у-1. Умеет находить, классифицировать и использовать информационные интернет технологии, зарубежные базы данных, международные и многоязычные веб-ресурсы, специализированное программное обеспечение для делового общения на иностранном языке с возможностью получения новых профессиональных знаний

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПО СТРАТЕГИЧЕСКОМУ АНАЛИЗУ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ

Представлена в учебном плане 2025, 2026 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 4 семестр

Промежуточная аттестация: зачет – 4 семестр

Цель дисциплины: формирование у обучающихся навыков применения эффективных методов и инструментов стратегического анализа в сфере здравоохранения, направленных на выявление стратегических возможностей и угроз, оптимизацию распределения ресурсов, повышение качества медицинских услуг, удовлетворение потребностей пациентов и обеспечение устойчивого развития медицинских организаций.

Задачи дисциплины:

- систематизация, закрепление, углубление и расширение приобретённых обучающимися знаний, умений и навыков в области стратегического анализа применительно к сфере здравоохранения.
- овладение навыками практического применения теоретических знаний стратегического анализа для решения конкретных задач развития медицинских организаций.
- развитие самостоятельности и творческой инициативы при выборе и адаптации современных методов стратегического анализа к специфике здравоохранения.
- формирование умений проводить комплексный стратегический анализ организаций системы здравоохранения.
- приобретение навыков самостоятельной работы со специальной литературой, статистическими данными, нормативными документами и результатами исследований в сфере стратегического развития здравоохранения.
- подготовка студентов к более сложной задаче заключительного этапа учебного процесса - выполнению и защите выпускной квалификационной работы, в том числе к проведению стратегического исследования организаций сферы здравоохранения.

Содержание дисциплины

Модуль 1. Подготовка курсового проекта

Модульная единица 1. Выбор темы курсового проекта

Модульная единица 2. Изучение источников и литературы по выбранной проблематике

Модульная единица 3. Выбор объекта и предмета исследования, постановка целей и задач, обоснование методологии, составление содержания текста курсового проекта

Модуль 2. Оформление и защита курсового проекта

Модульная единица 4. Рассмотрение проблемных вопросов, возникающих при написании курсового проекта

Модульная единица 5. Формулировка выводов по тематике исследования.

Модульная единица 6. Рассмотрение проблемных вопросов, возникающих при оформлении текста курсового проекта согласно методическим рекомендациям

Модульная единица 7. Подготовка к защите курсового проекта

Тематические блоки ЗЛТ	Тематические блоки ЗСТ	Тематические блоки СРО
------------------------	------------------------	------------------------

Лекции учебным планом не предусмотрены	Выбор темы курсового проекта (ПК-1.1.1./з-1.)	Написание курсового проекта согласно разработанному содержанию по теме исследования (УК-1.1.1./з-1.; ПК-1.1.1./з-1.; ПК-1.2.1./у-1.; ПК-1.3.1./н-1.)
	Изучение источников и литературы по выбранной проблематике (ПК-1.1.1./з-1.)	
	Выбор объекта и предмета исследования, постановка целей и задач, обоснование методологии, составление содержания текста курсового проекта (УК-1.1.1./з-1.; ПК-1.2.1./у-1.; ПК-1.3.1./н-1.)	
	Рассмотрение проблемных вопросов, возникающих при написании курсового проекта (УК-1.1.1./з-1, ПК-1.2.1./у-1, ПК-1.3.1./н-1.)	
	Формулировка выводов по тематике исследования (УК-1.1.1./з-1.; ПК-1.2.1./у-1.; ПК-1.3.1./н-1.)	
	Рассмотрение проблемных вопросов, возникающих при оформлении текста курсового проекта согласно методическим рекомендациям (УК-1.1.1./з-1.; ПК-1.2.1./у-1.; ПК-1.3.1./н-1.)	
	Подготовка к защите курсового проекта (УК-1.1.1./з-1.; ПК-1.1.1./з-1.; ПК-1.2.1./у-1.; ПК-1.3.1./н-1.)	

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы и
индикаторами их достижения**

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1.1 Знает основные принципы критического анализа проблемных ситуаций	з-1. Знает основной инструментальный стратегического анализа
ПК- 1 Способен к тактическому и стратегическому управлению процессами планирования и организации деятельности на различных уровнях организации сферы здравоохранения	ПК-1.1.1 Знает приемы разработки и усовершенствования системы процессного управления организации сферы здравоохранения	з-1. Знает методы проектирования и совершенствования процессов управления в организациях медицинской отрасли
	ПК-1.2.1 Умеет разрабатывать и усовершенствовать системы процессного управления организации сферы здравоохранения	у-1. Умеет интерпретировать и оптимизировать результаты стратегического анализа в организациях сферы здравоохранения
	ПК-1.3.1 Владеет навыками разработки и усовершенствования системы процессного управления организации сферы	н-1. Владеет навыками выполнения анализа внешней и внутренней среды организаций медицинской отрасли, применяя

	здравоохранения	методы и инструменты стратегического анализа
--	-----------------	---

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ

Представлена в учебном плане 2024, 2025, 2026 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 2 семестр

Промежуточная аттестация: зачет с оценкой – 2 семестр.

Цель дисциплины: формирование и развитие знаний и навыков в области маркетинга инноваций и особенностями применения концепции маркетинга инноваций в здравоохранении.

Задачи дисциплины:

- изучение основных концепций генерации новых идей, продуктов и технологий, закономерностей распространения инноваций на рынках, способах продвижения инноваций;
- формирование представлений о принципах и механизмах управления разработкой, распространением и продвижением инноваций;
- приобретение навыков, необходимых для постановки и практического решения задач маркетинга инноваций, разработки и обоснования стратегических и тактических маркетинговых планов, обеспечивающих развитие и продвижение инноваций.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Введение в маркетинг инноваций в здравоохранении

Модульная единица 1. Маркетинг как рыночная концепция управления инновациями в сфере здравоохранения.

Модульная единица 2. Восприятие инноваций в здравоохранении.

Модуль 2. Основы маркетинга инноваций в здравоохранении

Модульная единица 3. Распространение инноваций на рынке.

Модульная единица 4. Продвижение инноваций.

Модульная единица 5. Клиентоориентированный маркетинг и коммерциализация инноваций.

Тематические блоки ЗЛТ	Тематические блоки ЗСТ	Тематические блоки СРО
Маркетинг как рыночная концепция управления инновациями в сфере здравоохранения (ПК-2.1.1/з-1)	Маркетинг как рыночная концепция управления инновациями в сфере здравоохранения. Понятие маркетинга инноваций в современном здравоохранении, его роль и место. Классификация инноваций. Цепочка создания стоимости (ПК-2.2.1/у-1)	Развитие маркетинга инноваций в современном здравоохранении (ПК-2.1.1/з-1; ПК-2.2.1/у-1; ПК-2.3.1/н-1; ПК-3.1.1/з-1)
Восприятие инноваций в здравоохранении (ПК-2.1.1/з-1)	Восприятие инноваций в здравоохранении. Источники инноваций в организациях здравоохранения. Социальные роли: «аутсайдер», «инсайдер», «инноватор», менеджер, инноваторы и последователи.	

	Восприятие инноваций в организации. Барьеры для распространения инноваций в организации. Инновации как вызов и инновации как возможность развития (ПК-2.1.1/з-1; ПК-2.2.1/у-1)	
Распространение инноваций на рынке (ПК-3.1.1/з-1)	Распространение инноваций на рынке. Понятие жизненного цикла товара (ЖЦ) и диффузия инноваций. Факторы и характер диффузии инноваций. Различия в распространении промышленных и потребительских инноваций. Функции маркетинга в зависимости от этапа ЖЦТ. (ПК-2.3.1/н-1; ПК-3.1.1/з-1)	
Продвижение инноваций (ПК-3.1.1/з-1)	Продвижение инноваций. Понятие инновационного маркетинга. Новые виды маркетинговых коммуникаций (МК): мобильный маркетинг, вебсайты, интернет-реклама, вирусный маркетинг, партизанский маркетинг. Особенности маркетинга в интеллектуальных и социальных сетях. Особенности управления распространением инноваций. Проблема эффективности новых методов маркетинга. (ПК-2.3.1/н-1; ПК-3.1.1/з-1)	
Клиентоориентированный маркетинг и коммерциализация инноваций (ПК-2.1.1/з-1)	Клиентоориентированный маркетинг и коммерциализация инноваций. Понятие клиентоориентированного маркетинга: сущность и показатели. Изменение системы управления маркетингом. Показатели экономической эффективности маркетинга. NMC, MROS, MROI. Коммерциализация инноваций и формула стратегического управления показателями маркетинга. (ПК-2.1.1/з-1; ПК-2.3.1/н-1; ПК-3.1.1/з-1)	

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы и
индикаторами их достижения**

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-2. Способен к подготовке и проведению маркетингового исследования в сфере здравоохранения с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-2.1.1. Знает механизмы подготовки и проведения маркетингового исследования в сфере здравоохранения с использованием инструментов комплекса маркетинга	з-1. Знает основы маркетинговых инновационных подходов в здравоохранении
	ПК-2.2.1. Умеет подготавливать и	у-1. Умеет решать

	проводить маркетинговые исследования в сфере здравоохранения с использованием инструментов комплекса маркетинга	профессиональные задачи на основе знания маркетинговых инновационных подходов в здравоохранении
	ПК-2.3.1. Владеет навыком подготовки и проведения маркетингового исследования в сфере здравоохранения с использованием инструментов комплекса маркетинга	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) разработки и обоснования стратегических и тактических маркетинговых планов, обеспечивающих развитие и продвижение инноваций
ПК-3. Способен управлять маркетинговой деятельностью в сфере здравоохранения	ПК-3.1.1. Знает методы управления маркетинговой деятельностью в сфере здравоохранения	з-1. Знает способы разработки, тестирования и внедрения инновационных товаров (услуг)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ МАРКЕТИНГ МЕДИЦИНСКИХ И ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Представлена в учебном плане 2024, 2025, 2026 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент,

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 4 семестр.

Промежуточная аттестация: экзамен – 4 семестр.

Цель дисциплины: формирование у магистрантов теоретических знаний и практических навыков, необходимых для управления маркетинговой деятельностью в учреждениях здравоохранения различных форм собственности в современных условиях экономики.

Задачи дисциплины:

- уметь анализировать маркетинговую среду на уровне конкретной медицинской организации;
- приобрести умения использовать информацию, полученную в результате проведенного маркетингового исследования, с целью эффективной организации лечебного процесса;
- получение навыков в разработке стратегии и тактики целевого маркетинга в учреждениях здравоохранения.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Основы маркетинга и маркетинговая среда в здравоохранении

Модульная единица 1. Особенности маркетинга в здравоохранении.

Модульная единица 2. Маркетинговая среда медицинской фармацевтической организации.

Модуль 2. Поведение потребителей, сегментирование и маркетинговые технологии в медицине

Модульная единица 3. Сегментирование в маркетинге медицинских и фармацевтических услуг.

Модульная единица 4. Маркетинговая информационная система (МИС). Маркетинговые исследования. Интеллектуальные методы обработки данных в маркетинговой деятельности медицинской и фармацевтической организации.

Модульная единица 5. Оценка эффективности маркетинга в медицинской и фармацевтической организации.

Модульная единица 6. Планирование маркетинга медицинской фармацевтической организации: стратегический и тактический маркетинг.

Модульная единица 7. Особенности продвижения в маркетинге медицинских и фармацевтических услуг.

Тематические блоки ЗЛТ	Тематические блоки ЗСТ	Тематические блоки СРО
Особенности маркетинга в здравоохранении (ПК-2.1.1/з-1)	Особенности маркетинга в здравоохранении. Эволюция маркетинга в здравоохранении. Цифровой маркетинг в здравоохранении. Субъекты маркетинга медицинских и фармацевтических услуг, цели, задачи. Развитие научной мысли в области	Развитие отечественного маркетинга медицинских и фармацевтических услуг (ПК-2.1.1/з-1; ПК-2.2.1/у-1; ПК-2.3.1/н-1; ПК-3.1.1/з-1)

	маркетинга. Эволюция маркетинга. Маркетинг в здравоохранении, маркетинг медицинских и фармацевтических услуг: сущность, предмет, объект, субъект, цели, задачи, функции. Цифровой маркетинг медицинских и фармацевтических услуг (ПК-2.1.1/з-1; ПК-2.2.1/у-1)	
Маркетинговая информационная система (МИС) (ПК-2.1.1/з-1)	Маркетинговая среда медицинской фармацевтической организации. Классификация факторов маркетинговой среды. Макро- и микросреда в маркетинге. Влияние факторов макросреды на рынок медицинских и фармацевтических услуг. PEST, SWOT-анализ, анализ 5 сил конкуренции по М.Портеру. (ПК-2.2.1/у-1)	
Оценка эффективности маркетинга в медицинской и фармацевтической организации (ПК-2.1.1/з-1)	Сегментирование в маркетинге медицинских и фармацевтических услуг. Современные теории о поведении потребителей. Особенности поведения потребителей в медицинских и фармацевтических услугах. Система отношений «врач-пациент». CLV (customer lifetime value-пожизненная ценность клиента/пациента), LTV (lifetime value-ценность клиента/пациента). Метод сегментирования пациентов: JTBD. Персонал как внутренний клиент медицинской организации, сегментирование персонала. Применение интеллектуальных методов обработки данных для исследования потребителей медицинских и фармацевтических услуг (ПК-2.2.1/у-1)	
Планирование маркетинга медицинской фармацевтической организации: стратегический и тактический маркетинг (ПК-3.1.1/з-1)	Маркетинговая информационная система (МИС). Маркетинговые исследования. Интеллектуальные методы обработки данных в маркетинговой деятельности медицинской и фармацевтической организации. Понятие МИС в медицинской организации. Интеграция маркетинговой информационной системы с медицинской информационной системой, CRM системой медицинской организации. Применение технологий машинного обучения, искусственного интеллекта для обработки данных, BigDate и принятия маркетинговых и управленческих решений (ПК-2.2.1/у-1; ПК-2.3.1/н-1; ПК-3.1.1/з-1)	
Особенности продвижения в	Оценка эффективности маркетинга в	

маркетинге медицинских и фармацевтических услуг (ПК-3.1.1/з-1)	медицинской и фармацевтической организации. Современные подходы в управлении маркетингом в медицинской и фармацевтической организации. Особенности управления, организационная структура маркетинговой службы. STEP-анализ. Применение технологий цифрового маркетинга в управлении маркетингом медицинских и фармацевтических услуг (ПК-2.2.1/у-1; ПК-2.3.1/н-1; ПК-3.1.1/з-1)	
—	Планирование маркетинга медицинской фармацевтической организации: стратегический и тактический маркетинг. Стратегическое планирование: цели, задачи, миссия, уникальность, маркетинговая стратегия. Маркетинговый аудит. Разработка маркетингового плана (офлайн и онлайн стратегии). Риски в здравоохранении (ПК-3.1.1/з-1)	
—	Особенности продвижения в маркетинге медицинских и фармацевтических услуг. Политика продвижения медицинских услуг на потребительском рынке. Информационные маркетинговые коммуникации: типы, особенности применения в медицинских услугах. Оценка эффективности (ПК-2.2.1/у-1; ПК-2.3.1/н-1; ПК-3.1.1/з-1)	

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы и
индикаторами их достижения

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-2. Способен к подготовке и проведению маркетингового исследования в сфере здравоохранения с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-2.1.1. Знает механизмы подготовки и проведения маркетингового исследования в сфере здравоохранения с использованием инструментов комплекса маркетинга	з-1. Знает особенности маркетинга в здравоохранении и маркетинговую среду медицинских и фармацевтических организаций
	ПК-2.2.1. Умеет подготавливать и проводить маркетинговые исследования в сфере здравоохранения с использованием инструментов комплекса маркетинга	у-1. Умеет применять современные методы сегментирования потребителей медицинских услуг, анализировать систему «врач-пациент» и использовать интеллектуальные методы обработки данных
	ПК-2.3.1. Владеет навыком подготовки и проведения маркетингового исследования в	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) проведения маркетинговых исследований,

	сфере здравоохранения с использованием инструментов комплекса маркетинга	анализа данных и принятия решений на их основе с использованием современных цифровых технологий
ПК-3. Способен управлять маркетинговой деятельностью в сфере здравоохранения	ПК-3.1.1. Знает методы управления маркетинговой деятельностью в сфере здравоохранения	з-1. Знает методы стратегического, тактического и оперативного планирования маркетинга, особенности цифрового маркетинга и продвижения медицинских и фармацевтических услуг

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА МЕДИЦИНСКИХ И ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Представлена в учебном плане 2024, 2025, 2026 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 4 семестр

Промежуточная аттестация: экзамен – 4 семестр.

Цель дисциплины: сформировать у магистрантов систему профессиональных знаний, умений и навыков по вопросам маркетинговых исследований рынка медицинских и фармацевтических услуг; обучить магистрантов теоретическим и практическим навыкам и методам проведения маркетинговых исследований с целью снижения неопределенности, сопутствующей принятию управленческих решений в конкурентной рыночной среде.

Задачи дисциплины:

- сформировать общие представления о современных технологиях исследования рынка медицинских и фармацевтических услуг на основе изучения методов сбора и анализа рыночной информации, изучения состояния и тенденций развития фирмы и рынка;
- обеспечить понимание магистрантами роли маркетингового подхода и маркетинговых исследований в деятельности медицинского учреждения, особенно при разработке стратегии его развития;
- сформировать маркетинговый подход к проблемам изучения внешней и внутренней среды медицинских организаций разных видов и направлений деятельности;
- научить магистрантов методам и процедурам проведения комплексных маркетинговых исследований современных рынков медицинских и фармацевтических услуг.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Введение в маркетинговые исследования.

Модульная единица 1. Предварительные вопросы организации маркетинговых исследований рынка.

Модульная единица 2. Процесс маркетингового исследования.

Модуль 2. Количественные и качественные методы в маркетинговых исследованиях

Модульная единица 3. Количественные методы.

Модульная единица 4. Качественные методы. Наблюдение. Интервью. Работа с экспертами.

Модуль 3. Анализ рынка с помощью маркетинговых исследований.

Модульная единица 5. Маркетинговый анализ рынков.

Тематические блоки ЗЛТ	Тематические блоки ЗСТ	Тематические блоки СРО
Предварительные вопросы организации маркетинговых исследований рынка (ПК-2.1.1/з-1)	Разработка плана проведения маркетингового исследования (ПК-2.2.1/у-1; ПК-2.3.1/н-1)	Разработка плана проведения маркетингового исследования (ПК-2.1.1/з-1; ПК-2.2.1/у-1; ПК-2.3.1/н-1; ПК-3.1.1/з-1)
Процесс маркетингового исследования (МИС). (ПК-2.1.1/з-1)	Сбор и анализ вторичной информации (ПК-2.2.1/у-1; ПК-2.3.1/н-1)	
Количественные методы	Анкетирование как основной	

(ПК-2.1.1/з-1)	количественный метод сбора информации (ПК-2.2.1/у-1; ПК-2.3.1/н-1)	
Качественные методы (ПК-3.1.1/з-1)	Фокус-группы: особенности, методика проведения, обработка результатов. Роль модератора (ПК-2.2.1/у-1; ПК-2.2.1/у-1; ПК-2.3.1/н-1)	
Маркетинговый анализ рынков (ПК-3.1.1/з-1)	Тестирование и холл-тесты, их возможности и обработка результатов. Тестирование рекламы (ПК-2.2.1/у-1; ПК-2.3.1/н-1)	
	Стратегический анализ рынков (ПК-2.2.1/у-1; ПК-3.1.1/з-1)	

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы и
индикаторами их достижения**

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-2. Способен к подготовке и проведению маркетингового исследования в сфере здравоохранения с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-2.1.1. Знает механизмы подготовки и проведения маркетингового исследования в сфере здравоохранения с использованием инструментов комплекса маркетинга	з-1. Знает особенности маркетинга и маркетинговой среды в здравоохранении, специфику рынка медицинских и фармацевтических услуг
	ПК-2.2.1. Умеет подготавливать и проводить маркетинговые исследования в сфере здравоохранения с использованием инструментов комплекса маркетинга	у-1. Умеет применять современные методы сегментирования потребителей медицинских услуг, анализировать систему «врач-пациент»
	ПК-2.3.1. Владеет навыком подготовки и проведения маркетингового исследования в сфере здравоохранения с использованием инструментов комплекса маркетинга	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) проведения маркетинговых исследований, сбора и анализа данных для обоснования маркетинговых решений в медицинской и фармацевтической сферах
ПК-3. Способен управлять маркетинговой деятельностью в сфере здравоохранения	ПК-3.1.1. Знает методы управления маркетинговой деятельностью в сфере здравоохранения	з-1. Знает методы стратегического, тактического и оперативного планирования маркетинговой стратегии с учётом результатов маркетинговых исследований и цифровых технологий продвижения

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ

Представлена в учебном плане 2024, 2025, 2026 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 2 семестр.

Промежуточная аттестация: зачет – 2 семестр.

Цель дисциплины: формирование у магистрантов теоретических знаний и практических навыков в области маркетинговых коммуникаций в сфере здравоохранения.

Задачи дисциплины:

- сформировать у магистрантов систему профессиональных знаний, умений и навыков по проблемам использования различных видов маркетинговых коммуникаций в сфере здравоохранения в условиях конкурентной среды;
- ознакомить с основными методами исследования маркетинговых коммуникаций, ведущими каналами коммуникаций и принципами анализа сфер их применения в условиях коммерциализации здравоохранения;
- обучить магистрантов практическим навыкам и методам применения наиболее эффективных видов маркетинговых коммуникаций для повышения эффективности деятельности медицинских учреждений разного типа.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Введение в дисциплину «Маркетинговые коммуникации в здравоохранении».

Модульная единица 1. Система маркетинговых коммуникаций: понятие, функции и структура.

Модуль 2. Виды и средства маркетинговых коммуникаций.

Модульная единица 2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.

Модульная единица 3. Нерекламные и синтетические средства маркетинговых коммуникаций.

Модульная единица 4. Система бренд маркетинговых коммуникаций.

Модульная единица 5. SMM-продвижение. Коммуникации в сети Интернет.

Модуль 3. Проблемы эффективности коммуникационных стратегий медицинской организации.

Модульная единица 6. Оценка эффективности коммуникационных стратегий медицинской организации.

Тематические блоки ЗЛТ	Тематические блоки ЗСТ	Тематические блоки СРО
Система маркетинговых коммуникаций: понятие, функции и структура (УК-4.1.1/з-1; ПК-2.1.1/з-1)	Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций (ПК-2.1.1/з-1; ПК-2.2.1/у-1; ПК-2.3.1/н-1)	Современные виды маркетинговых коммуникаций в здравоохранении (УК-4.1.1/з-1; ПК-2.1.1/з-1; ПК-2.2.1/у-1; ПК-2.3.1/н-1)
Реклама в системе маркетинговых коммуникаций (УК-4.1.1/з-1; ПК-2.1.1/з-1)	Прикладные аспекты использования рекламы как элемента маркетинговых коммуникаций (ПК-2.2.1/у-1; ПК-2.3.1/н-1)	
Нерекламные и синтетические	Нерекламные средства: паблик	

средства маркетинговых коммуникаций (УК-4.1.1/з-1; ПК-2.1.1/з-1)	риллейшнз, личные продажи и прямой маркетинг, стимулирование сбыта. Синтетические средства маркетинговых коммуникаций (ПК-2.2.1/у-1; ПК-2.3.1/н-1)	
Система бренд маркетинговых коммуникаций. SMM-продвижение. Коммуникации в сети Интернет (ПК-2.1.1/з-1)	Коммуникации и реклама в сети Интернет. SMM-продвижение (ПК-2.2.1/у-1; ПК-2.3.1/н-1)	
Оценка эффективности коммуникационных стратегий медицинской организации (ПК-2.1.1/з-1)	Средства и способы повышения эффективности маркетинговых коммуникаций. Оценка эффективности комплекса маркетинговых коммуникаций. Методы определения экономической эффективности рекламных мероприятий. (ПК-2.2.1/у-1; ПК-2.3.1/н-1)	

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы и
индикаторами их достижения**

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1.1. Знает принципы коммуникации в профессиональной этике, в том числе на иностранном языке	з-1. Знает основные методы исследования маркетинговых коммуникаций в здравоохранении
ПК-2. Способен к подготовке и проведению маркетингового исследования в сфере здравоохранения с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-2.1.1. Знает механизмы подготовки и проведения маркетингового исследования в сфере здравоохранения с использованием инструментов комплекса маркетинга	з-1. Знает принципы применения различных видов современных маркетинговых коммуникаций в здравоохранении
	ПК-2.2.1. Умеет подготавливать и проводить маркетинговые исследования в сфере здравоохранения с использованием инструментов комплекса маркетинга	у-1. Умеет выбирать эффективные каналы маркетинговых коммуникаций в здравоохранении
	ПК-2.3.1. Владеет навыком подготовки и проведения маркетингового исследования в сфере здравоохранения с использованием инструментов комплекса маркетинга	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) разработки маркетинговых коммуникаций в здравоохранении

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ МЕДИЦИНСКАЯ РЕАБИЛИТАЦИЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕНИЯМИ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ЗДОРОВЬЯ

Представлена в учебном плане 2024, 2025, 2026 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 1 семестр

Промежуточная аттестация: зачет – 1 семестр.

Цель дисциплины:

- освоение теоретических основ медицинской реабилитации, принципов применения медицинской реабилитации и определения медико-социальной оценки при заболеваниях опорно-двигательного аппарата, при воспалительных ревматических заболеваниях, при заболеваниях обмена веществ, при кардиологических заболеваниях, при ангиологических заболеваниях, при неврологических заболеваниях, при пульмонологических заболеваниях, при гастроэнтерологических заболеваниях, при дерматологических заболеваниях, при нефрологических заболеваниях, при вторичной профилактике заболеваний в педиатрии;
- приобретение студентами навыков в социально-профилактической и консультативной деятельности, организации бесконфликтного делового общения с сотрудниками и подопечными (клиентами) по проблемам социальной адаптации, абилитации и реабилитации;
- анализ, структурирование, оценка социальной информации с разных точек зрения, выделение в ней главного;
- содействие координации деятельности различных специалистов в решении задач социальной защиты населения и при работе в конкретных случаях, в организации медико-социальной помощи

Задачи дисциплины:

- сформировать у магистров теоретические знания и практические навыки по области применения социальных технологий в медицинской реабилитации граждан по проблемам социальной адаптации вследствие различных заболеваний для мобилизации физических, психических и социальных ресурсов человека, обеспечения его здорового образа жизни;
- сформировать компетентностную ориентацию и способность применять знания, умения и проявлять личностные качества для успешной профессиональной деятельности.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Организационно-методические основы медицинской реабилитации.

Модульная единица 1. Основные определения последствий заболевания

Модульная единица 2. Мультидисциплинарная бригада

Модульная единица 3. Международная классификация функционирования, ограничений жизнедеятельности и здоровья

Модульная единица 4. Функциональная диагностика в медицинской реабилитации и её значение.

Модуль 2. Средства медицинской реабилитации.

Модульная единица 5. Основные средства медицинской реабилитации

Модульная единица 6. Физиотерапия.

Модуль 3. Аспекты медико-социальной реабилитации при различных заболеваниях.

Модульная единица 7. Аспекты медико-социальной реабилитации при заболеваниях опорно-двигательного аппарата

Модульная единица 8. Аспекты медико-социальной реабилитации при воспалительных ревматических заболеваниях

Модульная единица 9. Аспекты медико-социальной реабилитации при заболеваниях обмена веществ

Модульная единица 10. Аспекты медико-социальной реабилитации при кардиологических заболеваниях.

Модульная единица 11. Аспекты медико-социальной реабилитации при ангиологических заболеваниях с нарушением периферического артериального кровоснабжения.

Модульная единица 12. Аспекты медико-социальной реабилитации при неврологических заболеваниях

Модульная единица 13. Аспекты медико-социальной реабилитации при пульмонологических заболеваниях

Модульная единица 14. Аспекты медико-социальной реабилитации при гастроэнтерологических заболеваниях

Модульная единица 15. Аспекты медико-социальной реабилитации при дерматологических заболеваниях

Модульная единица 16. Аспекты медико-социальной реабилитации при нефрологических заболеваниях

Модульная единица 17. Аспекты вторичной физиопрофилактики заболеваний в педиатрии

Тематические блоки ЗЛТ	Тематические блоки ЗСТ	Тематические блоки СРО
Организационно-методические основы медицинской реабилитации. Концептуальная основа медицинской реабилитации в настоящее время. (УК-6.1.1/з-1; УК-6.2.1/у-1; УК-6.3.1/н-1; ПК-1.1.1/з-1)	Организационно-методические основы медицинской реабилитации. Предмет и задачи медицинской реабилитации. Структура и форма медицинской реабилитации. Определение понятия «реабилитация». Виды реабилитации. Оценка последствий болезни (болезнь, травма, дефект – функциональные нарушения – ограничения жизнедеятельности – социальная недостаточность – инвалидность). Категория лиц, нуждающихся в реабилитации. Концептуальная основа медицинской реабилитации в настоящее время. Биопсихосоциальная модель заболевания, нашедшая отражение в «Международной классификации функционирования, ограничений жизнедеятельности и здоровья» - сокращенно МКФ. Отличие МКФ от МКБ-10, совместное их использование.	Медицинская реабилитация при различных заболеваниях (УК-6.1.1/з-1; УК-6.2.1/у-1; УК-6.3.1/н-1; ПК-1.1.1/з-1)

	Цели и задачи МКФ. Концепция МКФ. Содержание МКФ. Обзор МКФ. Коды МКФ. Примеры использования МКФ. (УК-6.1.1/з-1; УК-6.2.1/у-1; УК-6.3.1/н-1; ПК-1.1.1/з-1)	
--	--	--

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы и
индикаторами их достижения**

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1.1. Знает содержание процессов самоорганизации и саморазвития (в том числе здоровьесбережение), их особенности и технологии реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности	з-1. Знает особенности и технологии реализации здоровьесбережения, исходя из целей профессиональной деятельности
	УК-6.2.1. Умеет оценивать свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные) и оптимально использовать их	у-1. Умеет оценивать и оптимально использовать свои ресурсы
	УК-6.3.1. Владеет навыком планирования профессиональной траектории (в том числе здоровьесбережение) с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности и требований рынка труда	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) планирования своей профессиональной деятельности с учетом требований рынка труда
ПК-1. Способен к тактическому и стратегическому управлению процессами планирования и организации деятельности на различных уровнях организации сферы здравоохранения	ПК-1.1.1. Знает приемы разработки и усовершенствования системы процессного управления организации сферы здравоохранения	з-1. Знает особенности работы организации системы процессного управления организации сферы здравоохранения

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Представлена в учебном плане 2024, 2025, 2026 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, обязательная часть.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 1 семестр.

Промежуточная аттестация: зачет – 1 семестр.

Цель дисциплины: освоение теоретических основ межкультурных коммуникаций, понимание их сущности, а также изучение структуры и содержания межкультурных коммуникаций, формирование у студентов системных знаний и представлений об общих закономерностях, различных видах, уровнях и формах межкультурной коммуникации.

Задачи дисциплины:

- выработать у обучающихся целостное понимание теоретических положений о сущности, особенностях и формах межкультурной коммуникации;
- способствовать усвоению основных положений курса и умению их применять при анализе современных процессов межкультурной коммуникации;
- помочь обучающимся в изучении теоретических положений курса с использованием логических, историко-хронологических, диалектических, системных, структурно-функциональных и сравнительных приемов и способов исследования и т.д.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Межкультурная коммуникация как научная дисциплина.

Модульная единица 1. Понятие коммуникации.

Модульная единица 2. Коммуникация и ее виды.

Модуль 2. Понятие и виды культур.

Модульная единица 3. Определение культуры и ее свойств.

Модульная единица 4. Концепция культурной грамматики

Модуль 3. Проблемы аккультурации. Межкультурный конфликт.

Модульная единица 5. Проксемика. Такесика. Кинесика

Модульная единица 6. Стратегии аккультурации: ассимиляция, маргинализация, сепарация, интеграция.

Тематические блоки ЗЛТ	Тематические блоки ЗСТ	Тематические блоки СРО
Межкультурная коммуникация как научная дисциплина (УК-5.1.1./з-1; ОПК-1.1.1./з-1; ОПК-4.1.1./з-1)	Понятие коммуникации. Коммуникативное поведение ¹ Определение МКК. Объект и предмет МКК. История становления МКК как научной дисциплины. (УК-5.2.1./у-1; УК-5.3.1./н-1)	Анализ влияния культурных различий на эффективность деловой коммуникации в международной компании (УК-5.1.1./з-1; УК-5.2.1./у-1; УК-5.3.1./н-1; ОПК-1.1.1./з-1; ОПК-4.1.1./з-1)
Коммуникация и ее виды. Модели коммуникации. (УК-5.1.1./з-1; ОПК-1.1.1./з-1; ОПК-4.1.1./з-1)	Коммуникация и ее виды. Модели коммуникации. Проблема эффективности коммуникации. Теория коммуникативного приспособления. Понятие	

	коммуникативного поведения. Коммуникативное поведение и культура. Принципы и модели описания КП по И. А. Стернину (УК-5.2.1./у-1; УК-5.3.1./н-1)	
Определение культуры и ее свойств.(УК-5.1.1./з-1; ОПК-1.1.1./з-1; ОПК-4.1.1./з-1)	Определение культуры и ее свойств. Культура и коммуникация. Язык как базовый код коммуникации. Понятие стереотипов. Механизмы формирования стереотипов (УК-5.2.1./у-1; УК-5.3.1./н-1)	
Классификация культур (УК-5.1.1./з-1; ОПК-1.1.1./з-1; ОПК-4.1.1./з-1)	Концепция культурной грамматики Э. Холла. Теория культурных измерений Г. Хофстеде. Классификация культур Р. Льюиса. Классификация культур Триандиса (УК-5.2.1./у-1; УК-5.3.1./н-1)	
Проксемика. Такесика. Кинесика (УК-5.1.1./з-1; ОПК-1.1.1./з-1; ОПК-4.1.1./з-1)	Межкультурная невербальная коммуникация (Проксемика. Такесика. Кинесика)(УК-5.2.1./у-1; УК-5.3.1./н-1)	
Стратегии аккультурации: ассимиляция, маргинализация, сепарация, интеграция. (УК-5.1.1./з-1; ОПК-1.1.1./з-1; ОПК-4.1.1./з-1)	Стратегии аккультурации: ассимиляция, маргинализация, сепарация, интеграция. Результаты аккультурации. Общая теория конфликта. Виды межкультурных конфликтов. Стратегии разрешения конфликтов. Модель стилей межкультурных конфликтов (УК-5.2.1./у-1; УК-5.3.1./н-1)	

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы и
индикаторами их достижения**

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1.1. Знает психологические основы социального взаимодействия, направленного на решение профессиональных задач	з-1. Знает важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития коммуникаций
	УК-5.2.1. Умеет адекватно объяснять особенности поведения и мотивации людей различного социального и культурного происхождения в процессе взаимодействия с ними, опираясь на знания причин появления социальных обычаев и различий в поведении людей	у-1. Умеет учитывать в коллективе социальные, этнические, конфессиональные, культурные, деловые особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия в коллективе
	УК-5.3.1. Владеет навыками преодоления коммуникативных, образовательных, этнических, конфессиональных и других барьеров в процессе межкультурного взаимодействия	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) применения этических норм, касающимися социальных, конфессиональных и культурных различий при деловой коммуникации

ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	ОПК-1.1.1. Знает основы (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	з-1. Знает основы (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления
ОПК-4. Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	ОПК-4.1.1. Знает современную концепцию управления проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявления и оценивания новых рыночных возможностей, разработки стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	з-1. Знает современную концепцию управления проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявления и оценивания новых рыночных возможностей, разработки стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В МЕНЕДЖМЕНТЕ

Представлена в учебном плане 2024, 2025, 2026 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, обязательная часть.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 1 семестр.

Промежуточная аттестация: экзамен – 1 семестр.

Цель дисциплины: освоение студентами системы научно-практических знаний, умений и компетенций в области методов исследования в менеджменте и реализация их в своей профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- выявлять и формулировать актуальные научные проблемы.
- разрабатывать программы научных исследований и организовывать их выполнение.
- разрабатывать методы и инструменты проведения исследований и анализировать их результаты.
- разрабатывать организационно-управленческие модели процессов, явлений и объектов, оценивать и интерпретировать результаты.
- проводить поиск, сбор, обработку, анализ и систематизацию информации по теме исследования.
- готовить обзоры, отчеты и научные публикации.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Введение в методы исследований в менеджменте.

Модульная единица 1. Роль исследования в развитии управления.

Модульная единица 2. Общенаучные и формально-логические методы исследований в менеджменте.

Модуль 2. Специфика методов исследований в менеджменте

Модульная единица 3. Методы исследований операций в менеджменте.

Модульная единица 4. Конкретные (специфические) методы исследований в менеджменте.

Тематические блоки ЗЛТ	Тематические блоки ЗСТ	Тематические блоки СРО
Менеджер исследовательского типа (УК-2.1.1/з-1; ОПК-2.1.1/з-1; ОПК-3.1.1/з-1; ОПК-5.1.1/з-1)	Роль исследования в развитии управления. Исследование как вид деятельности, состоящий в распознавании проблем и ситуаций, определении их происхождения, выявлении их свойств и содержания, нахождении универсальных путей и средств решения. Цели, задачи, объект и предмет исследования управления. Роль исследования проблемных ситуаций в менеджменте для принятия эффективных управленческих решений.	Общенаучные и частные методы исследований в менеджменте (УК-2.1.1/з-1; ОПК-2.1.1/з-1; ОПК-2.3.1/н-1; ОПК-3.1.1/з-1; ОПК-5.1.1/з-1; ОПК-5.2.1/у-1; ОПК-5.3.1/н-1)

	Исследование как один из начальных этапов процесса управления. Типы исследования в менеджменте. Фундаментальные и прикладные, количественные и качественные, уникальные и комплексные исследования. Зависимость вида применяемого исследования от организационных факторов: уровня принятия решения, желаемого результата и т. д. Проблемные ситуации в управленческой деятельности. Уровни постановки проблемы в исследовании: интуитивное осознание, локализация, композиция, оценка, обоснование, экспликация. Критерии выбора проблем исследования. Методология исследования. Основные методологические подходы в западном менеджменте. (ОПК-2.3.1/н-1; ОПК-5.2.1/у-1; ОПК-5.3.1/н-1)	
На передних рубежах управленческой науки (УК-2.1.1/з-1; ОПК-2.1.1/з-1; ОПК-3.1.1/з-1; ОПК-5.1.1/з-1)	Общенаучные и формально-логические методы исследований в менеджменте. Методы системного подхода (системный анализ, моделирование), логико-теоретические методы (абстрагирования, сравнения, индукции, дедукции), эмпирико-теоретические (эксперимент, измерение, наблюдение, описание). Определение основных целей исследования. Описание и предварительный анализ проблемной ситуации. Формулировка научной проблемы. Выработка гипотез. Понятие центральной и рабочих гипотез. Сбор и классификация информации. Этап разработки концепции (научной теории). Проверка достоверности исследовательских результатов (верификация теории). Преодоление рассогласования между желаемым и реальным состоянием исследуемого объекта. Влияние формулировки критерия на решение проблемы. (ОПК-2.3.1/н-1; ОПК-5.2.1/у-1)	

	1; ОПК-5.3.1/н-1)	
Революционные исследования в истории менеджмента (УК-2.1.1/з-1; ОПК-2.1.1/з-1; ОПК-3.1.1/з-1; ОПК-5.1.1/з-1)	Методы исследований операций в менеджменте. Задачи, методологические принципы и рабочие приёмы исследования операций как специальной научной и практической дисциплины. Математические методы оптимизации: линейное, нелинейное, динамическое программирование, теория игр, теория массового обслуживания и др., применённые к задачам разных областей практики. Важнейшие области применения методов исследования операций. Типы управленческих задач, решаемых с помощью методов исследования операций. Понятие и принципы оптимизации управленческих решений. Параметры и критерии оптимальности. Общая характеристика метода сетевого планирования и управления. (УК-2.1.1/з-1; ОПК-2.1.1/з-1; ОПК-2.3.1/н-1; ОПК-5.2.1/у-1; ОПК-5.3.1/н-1)	
Шаги в управленческую науку: как внести свой вклад в теорию менеджмента (УК-2.1.1/з-1; ОПК-2.1.1/з-1; ОПК-3.1.1/з-1; ОПК-5.1.1/з-1)	Конкретные (специфические) методы исследований в менеджменте. Конкретные методы исследования как методы, отражающие специфику, предмет и задачи объекта исследования. Методы изучения документов. Методы социологических исследований. Тестирование, социометрия, деловая игра, методы имитационного моделирования. Метод экспертных оценок. Проблема отбора экспертов в состав экспертной группы. Методы отбора экспертов. SWOT-анализ: сущность, сферы применения, недостатки. Модификации SWOT-анализа: SNW-анализ, SMART-анализ. Метод анализа иерархий в менеджменте. Метод морфологического анализа. Метод мозгового штурма (мозговой атаки). (УК-2.1.1/з-1; ОПК-2.3.1/н-1;	

	ОПК-5.1.1/з-1; ОПК-5.2.1/у-1; ОПК-5.3.1/н-1)	
Соотношение научной интуиции и рациональных методов исследований в менеджменте (УК-2.1.1/з-1; ОПК-2.1.1/з-1; ОПК-3.1.1/з-1; ОПК-5.1.1/з-1)		

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы и
индикаторами их достижения**

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1.1. Знает принципы, методы и требования, предъявляемые к проектной работе	з-1. Знает принципы управления исследовательским проектом в менеджменте на всех этапах его жизненного цикла
ОПК-2. Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	ОПК-2.1.1. Знает основные понятия и определения, принципы построения, состав и виды информационно-аналитических технологий	з-1. Знает основные принципы сбора данных для проведения управленческих исследований
	ОПК-2.3.1. Владеет навыком творческого использования в профессиональной деятельности знаний фундаментальных и прикладных разделов профильных дисциплин	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) творческого использования информационно-аналитических систем при проведении фундаментальных и прикладных управленческих исследований
ОПК-3. Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды	ОПК-3.1.1. Знает механизм принятия обоснованных организационно-управленческих решения, оценки их операционной и организационной эффективности, социальную значимость, обеспечения их реализации в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды	з-1. Знает принципы использования результатов исследований в менеджменте для принятия обоснованных управленческих решений
ОПК-5. Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты	ОПК-5.1.1. Знает основы обобщения и критического оценивания научных исследований в менеджменте и смежных областях, выполнения научно-исследовательских проектов	з-1. Знает основы и принципы критического мышления при проведении управленческих исследований
	ОПК-5.2.1. Умеет профессионально обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты	у-1. Умеет применять критическое мышление при проведении исследований в менеджменте
	ОПК-5.3.1. Владеет методами обобщения и критического оценивания научных исследований в менеджменте и смежных областях, выполнения	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) критического мышления при проведении исследований в менеджменте

	научно-исследовательских проектов	
--	--------------------------------------	--

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ПЕРСОНАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Представлена в учебном плане 2024, 2025, 2026 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, обязательная часть.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 1 семестр.

Промежуточная аттестация: зачёт – 1 семестр.

Цель дисциплины: подготовка студентов к эффективному выполнению задач в области организационно-управленческой деятельности, входящей в компетенции магистра по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», в том числе обучение студентов принципам эффективного использования рабочего времени, эффективного отдыха, а также принципам, способам и методам управления личной карьерой в процессе профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- приобретение системы знаний в области персонального менеджмента;
- формирование общей системы теоретических и концептуальных представлений о персональном менеджменте;
- подготовка к ведению профессиональной деятельности, базирующейся на научно-практической организации социальной деятельности.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Введение в персональный менеджмент.

Модульная единица 1. Теоретико-методологические основы персонального менеджмента.

Модульная единица 2. Персональный менеджмент здоровья

Модуль 2. Специфика персонального менеджмента

Модульная единица 3. Общая организация труда

Модульная единица 4. Тайм-менеджмент

Тематические блоки ЗЛТ	Тематические блоки ЗСТ	Тематические блоки СРО
Персональный менеджмент в профессиональной и частной сфере (УК-6.1.1/з-1; ОПК-2.2.1/у-1)	Теоретико–методологические основы персонального менеджмента. Понятие и содержание персонального менеджмента. Цель персонального менеджмента. Эволюция развития теорий персонального менеджмента. Основные принципы и правила персонального менеджмента (УК-6.2.1/у-1)	Основные подходы в теории и практике личностного и профессионального роста (УК-6.1.1/з-1; УК-6.2.1/у-1; УК-6.3.1/н-1; ОПК-2.2.1/у-1)
Выдающиеся учёные, исследователи и практики персонального менеджмента (УК-6.1.1/з-1; УК-6.2.1/у-1; УК-6.3.1/н-1)	Персональный менеджмент здоровья Персональный менеджмент здоровья – практические разработки в области психологии здоровья, развития ресурсных возможностей Человека, его адаптации к неблагоприятным	

	факторам внешней среды, профилактики психоэмоционального выгорания, развития психосоматических заболеваний и преждевременного старения организма (УК-6.1.1/з-1; УК-6.3.1/н-1)	
Стресс и эмоциональное выгорание на работе (УК-6.1.1/з-1; УК-6.3.1/н-1)	Общая организация труда Процесс самоменеджмента как последовательность выполнения конкретных функций. Параметры индивидуального стиля работы. Основные способы организации жизни. Постановка цели как исходная фаза самоменеджмента. Целеполагание как процесс сознательного осуществления своих действий в соответствии с генеральной линией или ориентиром: принципы, технология, основные правила, анализ «цель-средство». Определение жизненных приоритетов и постановка задач. Оптимальная система планирования в самоменеджменте. Контроль и самоконтроль в системе самоменеджмента. Организация трудового процесса. Рациональное моделирование рабочего пространства. Рациональное чтение, рациональное управление потоком коммуникаций и деловой документации (УК-6.1.1/з-1; УК-6.2.1/у-1; УК-6.3.1/н-1)	
Информационные технологии в тайм-менеджменте: приложения, ИИ, КИС (ОПК-2.2.1/у-1)	Тайм-менеджмент Стратегия «управление временем» как управление собственной деятельностью, рациональная организация выполнения задач и распределения собственных ресурсов. Основные причины нерационально потраченного времени. Техники самоменеджмента в управлении временем. Праксеология и оптимальная система планирования времени. Методы и принципы повышения собственной эффективности А. А. Любичева. Искусство	

	делегирования полномочий. Основные требования к составлению плана дел: список каждодневных дел, составление расписания. Технология планирования по методу «Альпы», «Парето», Эйзенхауэра. Прямое планирование с помощью картотек и дневников учета времени. Выбор инструмента для эффективного планирования времени (ОПК-2.2.1/y-1)	
Психология личной эффективности руководителя: психотехники эмоционально-волевой саморегуляции (УК-6.1.1/з-1; УК-6.2.1/y-1; ОПК-2.2.1/y-1)		

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы и
индикаторами их достижения**

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1.1. Знает содержание процессов самоорганизации и саморазвития (в том числе здоровьесбережение), их особенности и технологии реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности	з-1. Знает основные закономерности саморазвития и здоровьесбережения
	УК-6.2.1. Умеет оценивать свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные) и оптимально использовать их	у-1. Умеет оценивать собственные ресурсы в целях достижения приоритетных результатов
	УК-6.3.1. Владеет навыком планирования профессиональной траектории (в том числе здоровьесбережение) с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности и требований рынка труда	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) планирования профессиональной траектории, карьерограммы на основе выбранных приоритетов с учётом здоровьесбережения
ОПК-2. Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	ОПК-2.2.1. Умеет подбирать информационные технологии, необходимые для решения конкретной профессиональной задачи	у-1. Умеет применять информационные технологии в персональном менеджменте при решении управленческих задач

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Представлена в учебном плане 2024, 2025, 2026 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, обязательная часть.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 2 семестр.

Промежуточная аттестация: экзамен – 2 семестр.

Цель дисциплины: формирование у обучающихся системы знаний в области теории и практики потребительского поведения, а также приобретение навыков, необходимых для исследования потребительского поведения и разработки эффективных стратегий и инструментов его формирования и модификации в условиях конкуренции.

Задачи дисциплины:

- изучение теоретических основ, современных концепций, моделей поведения потребителей;
- изучение практики исследования и анализа поведения потребителей в экономически развитых странах;
- анализ специфики поведения потребителей в условиях развития рыночных отношений в России;
- изучение и анализ комплекса факторов, влияющих на поведение потребителей;
- изучение основных методов исследования поведения потребителей;
- приобретение навыков разработки методологии и методики исследования поведения потребителей, решения конкретных маркетинговых задач.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Введение в поведение потребителей

Модульная единица 1. Поведение потребителей: предмет и объект.

Модульная единица 2. Маркетинговые методы исследования поведения потребителя.

Модуль 2. Управление поведением потребителя.

Модульная единица 3. Принятие решения потребителем.

Модульная единица 4. Индивидуальные детерминанты поведения потребителя.

Модульная единица 5. Влияние внешней среды на поведение потребителя.

Модульная единица 6. Поведение потребителей в цифровой среде: влияние интернета и социальных сетей

Тематические блоки ЗЛТ	Тематические блоки ЗСТ	Тематические блоки СРО
Поведение потребителей: предмет и объект (УК-1.1.1/з-1; ОПК-3.1.1/з-1)	Поведение потребителей: предмет и объект. Поведение потребителей и его исследование. Что такое поведение потребителей и зачем его изучать. Эволюция поведения потребителей. Фундаментальные принципы поведения потребителей. Маркетинговая стратегия организаций, ориентированных на потребителей. Место поведения потребителя при анализе рынка и рыночной стратегии. Стратегии формирования лояльности и удержания клиентов (УК-1.1.1/з-1; УК-1.2.1/у-1)	Анализ поведения потребителя (УК-1.1.1/з-1; УК-1.2.1/у-1; УК-1.3.1/н-1; ОПК-3.1.1/з-1)

Маркетинговые методы исследования поведения потребителя (УК-1.1.1/з-1; ОПК-3.1.1/з-1)	Маркетинговые методы исследования поведения потребителя. Роль исследований потребительского поведения в системе регулярного маркетинга. Рассмотрение методов исследования, принципов и теорий социальных, психологических и экономических наук в применении к изучению потребительского поведения. Сравнительный анализ поведенческого, экономического и социологических подходов к изучению потребителей, критическая оценка и направления развития. Количественные и качественные исследования поведения потребителей. Опросы, наблюдение, глубинное интервью, фокус-группа. Психографика как метод измерения стиля жизни (УК-1.1.1/з-1; УК-1.3.1/н-1)	
Принятие решения потребителем (УК-1.1.1/з-1; ОПК-3.1.1/з-1)	Принятие решения потребителем. Процесс принятия решения потребителем. Модель принятия решения потребителем. Переменные, формирующие процесс принятия решения. Факторы, влияющие на расширение решения проблемы. Предпокупочные процессы. Осознание потребности. Поиск. Оценка вариантов. Покупка. Виды покупок. Розничная торговля и процесс покупки. Детерминанты успеха розничного продавца. Установление контакта с потребителем. Послепокупочные процессы. Потребление. Оценка результатов потребления (УК-1.2.1/у-1; УК-1.3.1/н-1)	
Индивидуальные детерминанты поведения потребителя (УК-1.1.1/з-1; ОПК-3.1.1/з-1)	Индивидуальные детерминанты поведения потребителя. Демография, психографика и личность. Мотивация потребителей. Классификация потребностей потребителя. Мотивационный конфликт. Бессознательная мотивации. Манипуляции потребительским поведением. Знания потребителей. Убеждения, чувства и намерения потребителей. Установки и стереотипы потребительского поведения (УК-1.2.1/у-1; УК-1.3.1/н-1)	
Влияние внешней среды на поведение потребителя (УК-1.1.1/з-1; ОПК-3.1.1/з-1)	Влияние внешней среды на поведение потребителя. Культура, этническая принадлежность и социальный класс. Влияние семьи и домохозяйства. Жизненный цикл семьи. Влияние группы и влияние личности. Влияние референтной группы (УК-1.2.1/у-1; УК-1.3.1/н-1;	

	ОПК-3.1.1/з-1)	
Поведение потребителей в цифровой среде: влияние интернета и социальных сетей (УК-1.1.1/з-1; ОПК-3.1.1/з-1)	Основы поведения потребителей в цифровой среде. Модели поведения потребителей в интернете. Факторы, влияющие на выбор потребителя в digital-среде. Анализ и исследование поведения потребителей в digital-среде. Электронная коммерция и новые модели потребления. Планирование и оценка эффективности digital-маркетинговых коммуникаций. Этические и правовые аспекты цифрового потребительского поведения. (УК-1.2.1/у-1; УК-1.3.1/н-1; ОПК-3.1.1/з-1)	

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы и
индикаторами их достижения**

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1.1. Знает основные принципы критического анализа проблемных ситуаций	з-1. Знает эффективные приемы и методы воздействий на поведение потребителей
	УК-1.2.1. Умеет собирать и обобщать данные по актуальным проблемам, относящимся к профессиональной области	у-1. Умеет определить внешние и внутренние факторы, влияющие на принятие решения о покупке, а также разделять процесс принятия решений на этапы, различать типы потребительского поведения, а также определять индивидуальные характеристики покупателя
	УК-1.3.1. Владеет навыком формирования оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) применения различных количественных и качественных методов исследования потребительского поведения в соответствии с целью и задачами исследования
ОПК-3. Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды	ОПК-3.1.1. Знает механизм принятия обоснованных организационно-управленческих решения, оценки их операционной и организационной эффективности, социальную значимость, обеспечения их реализации в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды	з-1. Знает условия регулирования и оптимизации потребителя, специфику российского рынка потребителей и происходящие в нем социальные процессы

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ СОВРЕМЕННЫЙ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ

Представлена в учебном плане 2024, 2025, 2026 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 4 семестр.

Промежуточная аттестация: экзамен – 4 семестр.

Цель дисциплины: формирование у магистрантов теоретических знаний и практических навыков в области современного стратегического анализа с целью обоснования прогрессивных направлений развития учреждений сферы здравоохранения.

Задачи дисциплины:

- формирование у магистрантов целостного представления о содержании, особенностях применения и основных процедурах современного стратегического анализа;
- формирование у магистрантов четкого понимания методики современного стратегического анализа и условий ее уместного применения в сфере здравоохранения;
- приобретение магистрантами практических навыков в области проведения современного стратегического анализа и использования его результатов для обоснования стратегических решений в практике стратегического управления учреждениями здравоохранения.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Стратегический анализ в системе и процессе стратегического управления

Модульная единица 1. Теоретические и методологические основы стратегического анализа. Понятие бизнес-процессов.

Модульная единица 2. Методика и инструменты проведения стратегического анализа в сфере здравоохранения. Управление маркетингом в системе здравоохранения.

Модуль 2. Специфика современного стратегического анализа в здравоохранении

Модульная единица 3. Информационное обеспечение стратегического анализа.

Модульная единица 4. Документирование результатов стратегического анализа и «обратная связь».

Тематические блоки ЗЛТ	Тематические блоки ЗСТ	Тематические блоки СРО
Теоретические и методологические основы стратегического анализа. Понятие бизнес-процессов. (УК-1.1.1./з-1)	Теоретические и методологические основы стратегического анализа. Понятие бизнес-процессов. Концепция стратегического анализа. Основные понятия стратегического анализа: стратегия, стратегическая бизнес-единица, потенциал организации и др. Роль и место анализа в процессе разработки и реализации стратегии. Сущность, цели, задачи и структура процесса стратегического анализа. Типология стратегического анализа. Основные мотивы и причины проведения стратегического анализа учреждений здравоохранения. (УК-1.1.1./з-1; ПК-1.1.1./з-1)	Методы проведения стратегического анализа в системе и процессе стратегического управления сферы здравоохранения (УК-1.1.1./з-1; ПК-1.1.1./з-1; ПК-1.2.1./у-1; ПК-1.3.1./н-1)

Методика и инструменты проведения стратегического анализа в сфере здравоохранения. Управление маркетингом в системе здравоохранения. (УК-1.1.1./з-1)	Методика и инструменты проведения стратегического анализа в сфере здравоохранения. Управление маркетингом в системе здравоохранения. Ситуационный анализ как этап стратегического менеджмента. Анализ внешней среды. Анализ конкурентной среды и конкурентоспособности. Особенности конкуренции в новых отраслях, в отраслях, находящихся в стадии зрелости, в стагнирующих отраслях. Ключевые факторы успеха. Анализ внутренней среды: сильных и слабых сторон, конкурентных преимуществ. Методы ситуационного анализа; матрица SWOT, матрица возможностей, матрица угроз. Сущность, цели и задачи конкурентного анализа. Методы конкурентного анализа: анализ «слепых» зон, анализ отраслевой структуры, оценка индивидуальных характеристик конкурентов, анализ конкурентного преимущества. Анализ потребителей: цели и задачи. Анализ сегментации покупателей. Анализ покупательской ценности. Анализ внешней среды. Методы финансового анализа. Методы анализа развития. Анализ трудового потенциала. Лидерство по издержкам. Методы портфельного анализа. (ПК-1.2.1./у-1; ПК-1.3.1./н-1)	
Информационное обеспечение стратегического анализа. (ПК-1.1.1./з-1)	Информационное обеспечение стратегического анализа. Классификация и обзор методов сбора информации, используемых при проведении стратегического анализа: интервью, анкетирование, наблюдение, изучение документации. Количественные и качественные методы. Выборка. Триангуляция. Оптимизация методологии проведения стратегического анализа. Смешанные методы: формирование инструментария оценки в соответствии с целями, задачами, особенностями программы и существующими ограничениями. Практические примеры использования различных методов сбора данных и рекомендации по их применению. (ПК-1.2.1./у-1; ПК-1.3.1./н-1)	
Документирование результатов стратегического анализа и «обратная связь». (ПК-1.1.1./з-1)	Документирование результатов стратегического анализа и «обратная связь». Написание отчета, ориентированного на пользователя. Общая структура отчета: титульный лист, содержание, аннотация, результаты оценки, выводы и рекомендации, заключение, приложения. Как излагать свои мысли в письменной форме. Язык отчета. Использование «плотного» описания: демистификация термина.	

	Логика изложения. Разделение текста на абзацы. Графическое оформление отчета. Типичные ошибки при написании отчетов. Закономерности восприятия результатов оценки. Источники сопротивления. Принципы построения и осуществления «обратной связи», ориентированной на поддержку и развитие. Работа с сопротивлением. Типичные ошибки. Особенности «обратной связи» при проведении внутренней оценки и самооценки. (ПК-1.2.1./у-1; ПК-1.3.1./н-1)	
--	--	--

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы и
индикаторами их достижения

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1.1 Знает основные принципы критического анализа проблемных ситуаций	з-1. Знает, понимает, критически осмысливает основные теории, принципы и методы стратегического анализа
ПК- 1 Способен к тактическому и стратегическому управлению процессами планирования и организации деятельности на различных уровнях организации сферы здравоохранения	ПК-1.1.1 Знает приемы разработки и усовершенствования системы процессного управления организации сферы здравоохранения	з-1. Знает процессы современного стратегического анализа на различных уровнях здравоохранения
	ПК-1.2.1 Умеет разрабатывать и усовершенствовать системы процессного управления организации сферы здравоохранения	у-1. Умеет управлять процессами современного стратегического анализа на различных уровнях здравоохранения
	ПК-1.3.1 Владеет навыками разработки и усовершенствования системы процессного управления организации сферы здравоохранения	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) проведения анализа среды организации сферы здравоохранения с использованием инструментов стратегического анализа

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ

Представлена в учебном плане 2024, 2025, 2026 года поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, обязательная часть.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 4 семестр.

Промежуточная аттестация: экзамен – 4 семестр.

Цель дисциплины: формирование и развитие знаний и навыков в области стратегического маркетинга, знакомство с новыми моделями и инструментарием стратегического маркетинга, которые используются международными и российскими компаниями для разработки стратегий, направленных на овладение рынком и получение необходимой прибыли.

Задачи дисциплины:

- формирование знаний специальной терминологии дисциплины в области разработки бизнес-процессов и маркетинговых инструментов, необходимых для построения эффективной стратегии предприятия;
- формирование представлений о современных проблемах стратегического маркетинга в различных контекстах и путях их решения;
- формирование навыков и умений, необходимых для построения маркетинговой стратегии предприятия и принятия соответствующих маркетинговых решений.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Введение в стратегический маркетинг

Модульная единица 1. Стратегический маркетинг: основные понятия, идеи и концепции.

Модульная единица 2. Система маркетинговых стратегий.

Модуль 2. Основы стратегического маркетинга

Модульная единица 3. Управление стратегическим маркетингом.

Модульная единица 4. Применение матричных методов в стратегическом анализе.

Модульная единица 5. Особенности реализации маркетинговых стратегий.

Тематические блоки ЗЛТ	Тематические блоки ЗСТ	Тематические блоки СРО
Стратегический маркетинг: основные понятия, идеи и концепции (ПК-3.1.1/з-1)	Стратегический маркетинг: основные понятия, идеи и концепции. Маркетинг в рыночной экономике: место, роль, значение в решении стратегических задач предприятия. Стратегические цели маркетинга. Содержание, процедуры и структура задач стратегического маркетинга. Сходства и отличия стратегического и операционного маркетинга. Современные особенности и специфика стратегического маркетинга. Прикладные аспекты маркетинговой деятельности фирмы: аналитический (понимание рынков, всесторонний их анализ), активный (проникновение на рынки, воздействие на них). Объекты стратегического маркетинга. Влияние стратегического маркетинга на	Разработка маркетинговой стратегии (ОПК-4.2.1/у-1; ОПК-4.3.1/н-1; ПК-3.1.1/з-1; ПК-3.2.1/у-1; ПК-3.3.1/н-1)

	эффективность объектов (ОПК-4.3.1/н-1; ПК-3.2.1./у-1)	
Система маркетинговых стратегий (ПК-3.1.1/з-1)	Система маркетинговых стратегий. Иерархия стратегий в маркетинге. Выбор целевого сегмента рынка. Уровни маркетинговых стратегий: корпоративный, функциональный, инструментальный. Взаимосвязь спроса, цели, стратегии и инструментов маркетинга. Стратегии регулирования спроса. Международные маркетинговые стратегии. Корпоративные стратегии. Портфельные стратегии (Портфолио-анализ). Маркетинговая стратегическая матрица. Матрица возможностей рынок/продукт. Матрица «Бостон консалтинг групп (БКГ)». Стратегии роста. Интенсивный рост. Интеграционный рост. Диверсификация: концентрическая, горизонтальная, конгломератная (латеральная). Конкурентные стратегии. Преимущества и недостатки стратегических моделей. Функциональные стратегии. Стратегии сегментации рынка. Альтернативные методы удовлетворения целевого рынка. Принципы сегментирования рынка. Стратегии позиционирования. Этапы позиционирования. Сегментирование, позиционирование, дифференциация: продуктовая, сервисная, персонала, имиджа. Ошибки позиционирования. Стратегии комплекса маркетинга (маркетинг-микс). Инструментальные стратегии. Стратегические решения для элементов комплекса маркетинга. Стратегические решения продуктовой политики. Стратегические решения ценовой политики. Стратегические решения сбытовой политики. Стратегические решения коммуникативной политики. (ОПК-4.2.1/у-1; ОПК-4.3.1/н-1; ПК-3.2.1/у-1; ПК-3.3.1/н-1)	

Управление стратегическим маркетингом (ПК-3.1.1/з-1)	Основные компоненты и этапы стратегического управления. Сущность и последовательность осуществления стратегического маркетингового планирования. Выбор целей стратегического маркетинга; оценка рисков, планирование непредвиденных обстоятельств. Организация стратегического маркетинга. Стратегический маркетинговый контроль. Уровни контроля: контроль глобальных целей и стратегий, контроль плановых гипотез и прогнозов, контроль стратегического планирования, стратегический надзор, контроль тактического планирования, контроль оперативного планирования, оперативный контроль (ОПК-4.2.1/у-1; ОПК-4.3.1/н-1; ПК-3.2.1/у-1; ПК-3.3.1/н-1)	
Применение матричных методов в стратегическом анализе (ПК-3.1.1/з-1)	Применение матричных методов в стратегическом анализе. Матрица GE/ McKinsey –анализ сравнительной привлекательности рынка и конкурентоспособности бизнеса. Матрица ADL – анализ жизненного цикла отрасли и относительного положения на рынке. Матрица Scell/DPM –анализ привлекательности ресурсоемкой отрасли в зависимости от конкурентоспособности (ОПК-4.2.1/у-1; ОПК-4.3.1/н-1; ПК-3.2.1/у-1; ПК-3.3.1/н-1)	
Особенности реализации маркетинговых стратегий (ПК-3.1.1/з-1)	Особенности реализации маркетинговых стратегий. Крупные фирмы: множественная сегментация, диверсификация. Средние фирмы: одномерная или двумерная сегментация, специализация. Мелкие фирмы: концепция пяти «пи»: кадры, товар, цена, распределение, продвижение. Выбор стратегии маркетинга предприятия: анализ портфеля направлений деятельности; стратегия развития; стратегия роста; конкурентная стратегия; стратегия освоения зарубежных рынков. Реализация стратегии маркетинга: стратегические решения в товарной политике; стратегические решения по каналам сбыта; стратегические решения по ценообразованию; стратегические решения по коммуникациям. (ОПК-4.2.1/у-1; ОПК-4.3.1/н-1; ПК-3.2.1/у-1; ПК-3.3.1/н-1)	

соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы и индикаторами их достижения

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-4. Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	ОПК-4.2.1. Умеет руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	у-1. Умеет управлять развитием организации и осуществлять анализ и разработку маркетинговой стратегии организации на основе современных методов и передовых научных достижений
	ОПК-4.3.1. Владеет навыками управления проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявления и оценивания новых рыночных возможностей, разработки стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) использования современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков
ПК-3. Способен управлять маркетинговой деятельностью в сфере здравоохранения	ПК-3.1.1. Знает методы управления маркетинговой деятельностью в сфере здравоохранения	з-1. Знает методы оценки и контроля результатов маркетинговой деятельности, порядок проведения работ по разработке стратегии маркетинга
	ПК-3.2.1. Умеет управлять маркетинговой деятельностью в сфере здравоохранения	у-1. Умеет оценивать внутренние и внешние условия принятия управленческих решений при организации и осуществлении проектной деятельности в маркетинге
	ПК-3.3.1. Владеет навыками управления маркетинговой деятельностью в сфере здравоохранения	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций в сфере стратегического маркетинга

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ

Представлена в учебном плане 2024, 2025, 2026 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений, факультативные дисциплины.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 3 семестр.

Промежуточная аттестация: зачёт – 3 семестр.

Цель дисциплины: формирование у студентов основных знаний по тайм-менеджменту, а также формирование базовых навыков организации и управления временем в профессиональной деятельности, понимание принципов тайм-менеджмента и реализация их в своей профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- предоставить слушателям научную и практическую информацию по проблеме управления временем;
- методические средства, обеспечивающие диагностику, оценку и анализ особенностей индивидуального восприятия времени, характерных способов управления временем и распределения временных приоритетов;
- а также методические материалы для практического освоения техник и приемов тайм-менеджмента в целях оптимизации персональной системы управления временем.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Введение в тайм-менеджмент.

Модульная единица 1. Временная компетентность.

Модульная единица 2. Время как стратегический ресурс организации и человека.

Модуль 2. Специфика управления временем.

Модульная единица 3. Анализ времени

Модульная единица 4. Принципы и правила планирования.

Тематические блоки ЗЛТ	Тематические блоки ЗСТ	Тематические блоки СРО
Не предусмотрено учебным планом ОП	Временная компетентность. Понятие временной компетентности. Компоненты временной компетентности. Своевременность как критерий личной организации времени. Временные ресурсы взаимодействия и межличностного общения. Временные стратегии. Основные подходы к управлению временем. (УК-6.1.1/з-1; ПК-1.2.1/у-1)	Методология, методы, приёмы и техники тайм-менеджмента (УК-6.1.1/з-1; ПК-1.1.1/з-1; ПК-1.2.1/у-1; ПК-1.3.1/н-1)
	Время как стратегический ресурс организации и человека. Основной закон времени как стратегического ресурса. Внутренние и внешние помехи времени. Понятие энергетического потенциала работы и возможности	

	улучшения способы работы. Система управления временем. Компетентность организации во времени. Компетентность менеджера во времени. Собственная система управления временем. (ПК-1.1.1/з-1; ПК-1.3.1/н-1)	
	Анализ времени Изменение стратегии (способов) управления временем с помощью поточной карты. Изменение стратегии (способов) управления временем с помощью поточной диаграммы. Изменение стратегии (способов) управления временем с помощью карты совместных операций. Сетевой анализ. Категории временных затрат (кодификатор) менеджера. Анализ временных трат с использованием хронокарты Гастева. Ежедневный экспресс-анализ временных трат с использованием органайзера. Итоговый анализ временных трат с использованием органайзера. Анализ помех (углубленный анализ трат времени). Листок учета дневных помех, оценка важности помех за учетный период. Сущность ментальных карт помех и листков-памяток. (ПК-1.2.1/у-1)	
	Принципы и правила планирования. Секреты эффективного управления временем. Цели организации и цели личности. Назначение целей в организации, целеполагание и процесс достижения цели. Свойства и формулировка целей. Проектная система постановки целей (по Г. Архангельскому). Алгоритм и методы целеполагания. Принципы и правила планирования. «Золотые» пропорции планирования времени. (УК-6.1.1/з-1; ПК-1.3.1/н-1)	

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы и
индикаторами их достижения

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1.1 Знает содержание процессов самоорганизации и саморазвития (в том числе здоровьесбережение), их особенности и технологии реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности	з-1. Знает содержание процессов самоорганизации на основе определения приоритетов собственной деятельности с помощью методов тайм-менеджмента
ПК-1 Способен к тактическому и стратегическому управлению процессами планирования и организации деятельности на различных уровнях организации сферы здравоохранения	ПК-1.1.1 Знает приемы разработки и усовершенствования системы процессного управления организации сферы здравоохранения	з-1. Знает приёмы усовершенствования бизнес-процессов организации сферы здравоохранения с помощью корпоративного тайм-менеджмента в рамках тактического управления
	ПК-1.2.1 Умеет разрабатывать и усовершенствовать системы процессного управления организации сферы здравоохранения	у-1. Умеет использовать методы тайм-менеджмента для усовершенствования бизнес-процессов организации сферы здравоохранения в рамках тактического управления
	ПК-1.3.1 Владеет навыками разработки и усовершенствования системы процессного управления организации сферы здравоохранения	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) практического тайм-менеджмента для усовершенствования бизнес-процессов организации сферы здравоохранения в рамках тактического управления

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ТЕОРИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Представлена в учебном плане 2024 года поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 3 семестр.

Промежуточная аттестация: экзамен – 3 семестр.

Представлена в учебном плане 2025, 2026 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 3 семестр.

Промежуточная аттестация: экзамен – 3 семестр.

Цель дисциплины: формирование у студентов системных знаний о природе организации, законах ее функционирования и поведении людей в различных социальных организациях, на различных уровнях управления, в различных сферах человеческой деятельности, влиянии функциональной и личностной компоненты коммуникативных отношений, социально-психологических особенностях взаимодействия людей, структуре мотивационных факторов поведения людей в организации; формирование практических навыков управления поведением людей в организации.

Задачи дисциплины:

- сформировать у магистров теоретические знания и практические навыки по современным формам и методам воздействия на поведение личности, группы, коллектива для повышения эффективности работы организации.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Теория организации

Модульная единица 1. Проектирование организации.

Модульная единица 2. Эффективность организации.

Модульная единица 3. Теории личности.

Модуль 2. Организационное поведение

Модульная единица 5. Взаимодействие личности и организации. Адаптация. Карьера. Конфликты.

Модульная единица 6. Теории мотивации.

Модульная единица 7. Командообразование.

Модульная единица 8. Лидерство. Понятие лидера и лидерства. Теории лидерства.

Тематические блоки ЗЛТ	Тематические блоки ЗСТ	Тематические блоки СРО
Проектирование организации. Эффективность организации. (УК-3.1.1./з-1; ПК-1.1.1./з-1)	Проектирование организации. Симптомы структурного несоответствия. Связь оргпроектирования со стратегическим планированием.	Закономерности и принципы организационного поведения (УК-3.1.1./з-1; УК-3.2.1./у-1; УК-3.3.1./н-1; ПК-1.1.1./з-1)

	Цели и задачи проектирования организации. Этапы организационного проектирования. (УК-3.2.1./у-1)	
Теории личности. Адаптация. Карьера. Конфликты. (УК-3.1.1./з-1; ПК-1.1.1./з-1)	Эффективность организации. Понятие эффективности организации. Эффективность и экономичность. Подходы к оценке эффективности организации. (УК-3.2.1./у-1)	
Теории мотивации. Модель мотивации как процесса. (УК-3.1.1./з-1; ПК-1.1.1./з-1)	Теории личности. Характеристики личности: ценности, установки, их формирование и изменение; способности и навыки, «большая пятерка». Влияние характеристик личности на организационное поведение индивида. (УК-3.2.1./у-1)	
Командообразование и лидерство. (УК-3.1.1./з-1; ПК-1.1.1./з-1)	Взаимодействие личности и организации. Адаптация. Карьера. Конфликты. (УК-3.2.1./у-1)	
	Теории мотивации. Мотивация как основа организационного поведения. Понятие мотивации, мотивирования, стимула и стимулирования. (УК-3.2.1./у-1)	
	Теории мотивации. Модель мотивации как процесса. Теории мотивации. Мотивация и результативность индивида. (УК-3.2.1./у-1)	
	Командообразование. Понятие команды. Этапы командообразования. Роли в команде. (УК-3.2.1./у-1)	

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы и
индикаторами их достижения**

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1.1. Знает принципы подбора эффективной команды и основные условия эффективной командной работы	з-1. Знает модели организационного поведения, факторы формирования организационных отношений
	УК-3.2.1. Умеет вырабатывать стратегию сотрудничества и на ее основе организует работу команды для достижения поставленной цели	у-1. Умеет учитывать в своей деятельности интересы, особенности поведения и мнения людей посредством корректировки организационного поведения
	УК-3.3.1. Владеет навыками преодоления возникающих в команде разногласий, споров и конфликтов на основе учета интересов всех сторон	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) планирования организационного поведения

ПК-1. Способен к тактическому и стратегическому управлению процессами планирования и организации деятельности на различных уровнях организации сферы здравоохранения	ПК-1.1.1. Знает приемы разработки и усовершенствования системы процессного управления организации сферы здравоохранения	з-1. Знает основы инновационных подходов в здравоохранении, методы обобщения и критического анализа практик управления
--	---	--

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ В МЕДИЦИНСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Представлена в учебном плане 2024, 2025, 2026 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 4 семестр.

Промежуточная аттестация: зачет – 4 семестр.

Цель дисциплины: изучение методологических и методических основ управления, моделирование бизнес-процессов и получение теоретических, практических навыков проведения анализа сложных процессов управления для решения задач оптимизации деятельности организаций.

Задачи дисциплины:

- научить студентов пользоваться современными технологиями моделирования бизнес-процессов на основе открытых стандартов, используя при этом соответствующие программные продукты.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Введение в управление бизнес-процессами.

Модульная единица 1. Понятие бизнес-процессов.

Модульная единица 2. Бизнес-модель.

Модуль 2. Специфика управления бизнес-процессами в медицинской организации

Модульная единица 3. Методы управления бизнес-процессами в медицинской организации.

Модульная единица 4. Эффективность управления бизнес-процессами.

Тематические блоки ЗЛТ	Тематические блоки ЗСТ	Тематические блоки СРО
Понятие бизнес-процессов. Основные бизнес-процессы. (ПК-1.1.1./з-1)	Понятие бизнес-процессов. Основные бизнес-процессы. Управляющие бизнес-процессы. Вспомогательные бизнес-процессы. Часть 1. (УК-3.2.1./у-1.; ПК-1.2.1./у-1.)	Особенности управления бизнес-процессами в медицинской организации (УК-3.2.1./у-1, ПК-1.1.1./з-1; ПК-1.2.1./у-1.; ПК-1.3.1./н-1.)
Управляющие и вспомогательные бизнес-процессы. (ПК-1.1.1./з-1)	Понятие бизнес-процессов. Основные бизнес-процессы. Управляющие бизнес-процессы. Вспомогательные бизнес-процессы. Часть 1. (УК-3.2.1./у-1.; ПК-1.2.1./у-1.)	
Виды бизнес-моделей. Анализ бизнес-процессов в бизнес-моделях. (ПК-1.1.1./з-1)	Бизнес-модель. Виды бизнес-моделей. Анализ бизнес-процессов в бизнес-моделях. Часть 2. (УК-3.2.1./у-1.; ПК-1.2.1./у-1.)	
Методы управления бизнес-процессами в медицинской организации. (ПК-1.1.1./з-1)	Бизнес-модель. Виды бизнес-моделей. Анализ бизнес-процессов в бизнес-моделях. Часть 3. (УК-3.2.1./у-1.; ПК-1.2.1./у-1.)	
Описание бизнес-процессов «как	Методы управления бизнес-	

есть» и «как надо». GAP-анализ. Матрица RACI. (ПК-1.1.1./з-1)	процессами в медицинской организации. Описание бизнес-процессов «как есть» и «как надо». GAP-анализ. Матрица RACI. Часть 1. (УК-3.2.1./у-1.; ПК-1.2.1./у-1.)	
	Методы управления бизнес-процессами в медицинской организации. Описание бизнес-процессов «как есть» и «как надо». GAP-анализ. Матрица RACI. Часть 2. (УК-3.2.1./у-1.; ПК-1.2.1./у-1.)	
	Эффективность управления бизнес-процессами. (УК-3.2.1./у-1.; ПК-1.2.1./у-1.)	
	Реинжиниринг. Оптимизация бизнес-процессов. Теории О и Е. Кайдзен. Бережливое производство в медицине. 6 сигма. Часть 1. (УК-3.2.1./у-1.; ПК-1.2.1./у-1.)	
	Эффективность управления бизнес-процессами. (УК-3.2.1./у-1.; ПК-1.2.1./у-1.)	
	Реинжиниринг. Оптимизация бизнес-процессов. Теории О и Е. Кайдзен. Бережливое производство в медицине. 6 сигма. Часть 2. (УК-3.2.1./у-1.; ПК-1.2.1./у-1.)	

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы и
индикаторами их достижения**

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.2.1. Умеет вырабатывать стратегию сотрудничества и на ее основе организует работу команды для достижения поставленной цели	у-1. Умеет определять стратегию эффективной командной работы с учетом целей взаимодействия членов команды
ПК-1. Способен к тактическому и стратегическому управлению процессами планирования и организации деятельности на различных уровнях организации сферы здравоохранения	ПК-1.1.1. Знает приемы разработки и усовершенствования системы процессного управления организации сферы здравоохранения	з-1. Знает основы анализа бизнес-процессов и управления проектами
	ПК-1.2.1. Умеет разрабатывать и усовершенствовать системы процессного управления организации сферы здравоохранения	у-1. Умеет применять методы обработки данных в управленческих системах сферы здравоохранения
	ПК-1.3.1. Владеет навыками разработки и усовершенствования системы процессного управления организации сферы здравоохранения	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) разработки плана и управленческих технологий медицинской организации в рамках моделирования бизнес-процессов

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ

Представлена в учебном плане 2024, 2025, 2026 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 2 семестр.

Промежуточная аттестация: экзамен – 2 семестр.

Цель дисциплины: дать представление о современной технологии управления проектами и познакомить студентов с принципами использования проектного управления в задачах своей будущей профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- изучить основные принципы управления проектами в здравоохранении;
- ознакомиться с основными технологиями проектного управления и их возможностями;
- ознакомиться с компьютерными технологиями реализации управления проектами.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Введение в управление проектами в здравоохранении.

Модульная единица 1. Современные концепции управления проектом.

Модульная единица 2. Основные группы процессов управления проектом.

Модуль 2. Специфика управления проектами в здравоохранении

Модульная единица 3. Управление содержанием и организацией проекта.

Модульная единица 4. Управление ресурсами проекта.

Тематические блоки ЗЛТ	Тематические блоки ЗСТ	Тематические блоки СРО
Современные концепции управления проектом. (УК-2.1.1./з-1; ПК-1.1.1./з-1)	Современные концепции управления проектом. Происхождение понятий «проект» и «управление проектом». История формирования методологии управления проектом (РММ) (УК-2.2.1./у-1; УК-3.2.1./у-1; ПК-1.2.1./у-1)	Технология проектной деятельности в сфере здравоохранения (УК-2.3.1./н-1., ПК-1.3.1./н-1.)

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы и
индикаторами их достижения

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1.1. Знает принципы, методы и требования, предъявляемые к проектной работе	з-1. Знает особенности проектного подхода к управлению, основные понятия и принципы управления проектами
	УК-2.2.1. Умеет разрабатывать концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы, формулируя цель, задачи,	у-1. Умеет определять факторы, влияющие на проект

	актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения	
	УК-2.3.1. Владеет опытом управления проектом на всех этапах его жизненного цикла	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) планирования проекта и методами оценки эффективности проекта
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.2.1 Умеет вырабатывать стратегию сотрудничества и на ее основе организует работу команды для достижения поставленной цели	у-1. Умеет идентифицировать проекты как особую область управления в здравоохранении
ПК-1. Способен к тактическому и стратегическому управлению процессами планирования и организации деятельности на различных уровнях организации сферы здравоохранения	ПК-1.1.1. Знает приемы разработки и усовершенствования системы процессного управления организации сферы здравоохранения	з-1. Знает сущность и содержание инструментария работы по управлению проекта в здравоохранении
	ПК-1.2.1 Умеет разрабатывать и усовершенствовать системы процессного управления организации сферы здравоохранения	у-1. Умеет применять современные методы разработки проектов сферы здравоохранения
	ПК-1.3.1. Владеет навыками разработки и усовершенствования системы процессного управления организации сферы здравоохранения	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) методикой практической разработки проектов в сфере здравоохранения с использованием современных инновационных технологий

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА

Представлена в учебном плане 2024, 2025, 2026 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, обязательная часть.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 3 семестр.

Промежуточная аттестация: экзамен – 3 семестр.

Цель дисциплины: состоит в приобретении студентами экономических знаний и навыков, в раскрытии сущности экономических процессов, анализе факторов, определяющих успех деятельности фирмы на рынке.

Задачи дисциплины:

- описание целей фирмы в обществе;
- описание основных моделей экономических процессов функционирования фирмы, способов их использования;
- описание экономических ресурсов предприятия и показателей их использования;
- оценка источников конкурентного преимущества предприятия в условиях рынка;
- оценка способов выработки управленческих решений в условиях неопределенности и риска.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Цели фирмы

Модульная единица 1. Роль целей в управлении.

Модульная единица 2. Выработка управленческих решений в условиях неопределенности и риска .

Модуль 2. Эффективность производственной деятельности предприятия.

Модульная единица 3. Внеоборотные активы предприятия

Модульная единица 4. Оборотные активы предприятия.

Модульная единица 5. Эффективность производства и качество менеджмента.

Тематические блоки ЗЛТ	Тематические блоки ЗСТ	Тематические блоки СРО
Роль целей в управлении. (ОПК-2.1.1/з-1)	Цели фирмы Роль целей в управлении. (ОПК-2.1.1/з-1) Фирма в условиях рынка. Внутренняя и внешняя среда фирмы. (ОПК-2.1.1/з-1) Сущность целей фирмы. Классификация целей. Факторы, определяющие цели фирм. Организация процесса формирования целей фирмы (ОПК-2.1.1/з-1)	Методические аспекты оценки эффективности деятельности предприятия. (УК-2.1.1/з-1; ОПК-1.2.1/ у-1; ОПК-1.3.1/ н-1; ОПК-2.1.1/з-1; ОПК-3.2.1/ у-1; ОПК-3.3.1/ н-1)
Выработка управленческих решений в условиях неопределенности и риска (ОПК-2.1.1/з-1)	Выработка управленческих решений в условиях неопределенности и риска Концепция неопределенности и риска . (ОПК-2.1.1/з-1) Экономическая сущность предпринимательского риска. Классификация рисков . (ОПК-2.1.1/з-1; ОПК-1.2.1/у-1; ОПК-	

	1.3.1/н-1; ОПК-3.3.1/н-1) Оценка уровня рисков. Вероятностный, аналоговый и экспертный подходы. Оценка уровня рисков по возможным потерям.. Пороговые риски. Стратегии «риск-доходность». Факторы, определяющие стратегию управления рисками. Отказ от риска. Принятие риска. Обоснование методов снижения риска. Методы принятия решений в условиях риска. Принципы компенсации рисков. Страхование рисков . (ОПК-2.1.1/з-1; ОПК-1.2.1/у-1; ОПК-3.3.1./н-1)	
Внеоборотные активы предприятия (ОПК-2.1.1/з-1)	Эффективность производственной деятельности предприятия. (ОПК-2.1.1/з-1) Внеоборотные активы предприятия.: понятие, состав, структура, оценка стоимости(ОПК-2.1.1/з-1; ОПК-1.2.1/у-1; ОПК-3.3.1/н-1) Динамика основных фондов. Износ физический и моральный. Методы начисления амортизации . (ОПК-2.1.1/з-1; ОПК-3.3.1/н-1) Источники обновления основных фондов. Показатели использования основных фондов. Нематериальные активы предприятия: сущность, принципы оценки. (ОПК-2.1.1/з-1)	
Оборотные активы предприятия (ОПК-2.1.1/з-1)	Оборотные активы: понятие, структура, источники формирования. (ОПК-2.1.1/з-1) Управление запасами . Нормирование запасов материалов, готовой продукции, незавершенного производства. Показатели эффективности использования оборотных средств (ОПК-2.1.1./з-1., ОПК-3.2.1./у-1)	
Эффективность производства и качество менеджмента (ОПК-2.1.1/з-1)	Эффективность производства и качество менеджмента. (ОПК-2.1.1/з-1) Бухгалтерская и экономическая концепции прибыли: сущность, измерение, области применения .Практика формирования и использования прибыли коммерческих предприятий, чистая прибыль . Планирование прибыли . Показатели эффективности производства. Деловая активность. Сущность	

	и показатели рентабельности. (УК-2.1.1/з-1; ОПК-1.2.1/у-1; ОПК-1.3.1/н-1; ОПК-2.1.1/з-1; ОПК-3.2.1/у-1)	
--	--	--

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,
соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы и
индикаторами их достижения

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1.1 Знает принципы, методы и требования, предъявляемые к проектной работе	з-1. Знает методы расчета затрат и результатов деятельности компании при реализации бизнес -проектов
ОПК-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	ОПК-1.2.1 Умеет решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	у-1. Умеет использовать знания экономических законов и теорий управления для принятия управленческих решений
	ОПК-1.3.1 Владеет методами решения профессиональных задач на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) постановки профессиональных задач, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук
ОПК- 2 Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	ОПК-2.1.1 Знает основные понятия и определения, принципы построения, состав и виды информационно-аналитических технологий	з-1. Знает состав и структуру информационной базы управленческого учета для принятия управленческих решений
ОПК-3. Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно – управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной(в том числе кросс-культурной) и динамичной среды	ОПК-3.2.1. Умеет самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды	у-1. Умеет оценивать с помощью различных показателей все виды эффективности
	ОПК-3.3.1 Владеет навыками обоснования организационно-управленческих решений; оценки их операционной и	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) использования информации финансового и управленческого учета для

	организационной эффективности, социальной значимости, обеспечения их реализации в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды	принятия управленческих решений
--	--	---

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ

Представлена в учебном плане 2024, 2025, 2026 годов поступления.

Наименование ОП: магистратура Менеджмент.

Место дисциплины в структуре ОП: Блок 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений, факультативные дисциплины.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 ЗЕ.

Сроки реализации дисциплины: 2 семестр.

Промежуточная аттестация: зачёт – 2 семестр

Цель дисциплины: формирование знаний, умений, навыков управления эмоциональным интеллектом руководителей и сотрудников организации.

Задачи дисциплины:

- предоставить слушателям научную и практическую информацию по проблеме управления эмоциональным интеллектом;
- методические средства, обеспечивающие диагностику, оценку и анализ особенностей эмоционального интеллекта;
- методические материалы для практического освоения техник и приемов управления эмоциональным интеллектом в организации.

Содержание дисциплины:

Модуль 1. Основы эмоционального интеллекта

Модульная единица 1. Понятие эмоционального интеллекта

Модульная единица 2. Оценка эмоционального интеллекта персонала

Модуль 2. Эмоциональный интеллект в управлении организацией

Модульная единица 3. Развитие эмоционального интеллекта персонала

Модульная единица 4. Программы управления эмоциональным интеллектом в российских и зарубежных компаниях

Тематические блоки ЗЛТ	Тематические блоки ЗСТ	Тематические блоки СРО
Лекции не учебным планом не предусмотрены.	Понятие эмоционального интеллекта Понятие интеллект, эмоциональный интеллект, эмоциональная компетентность. Модели эмоционального интеллекта (Дж.Мэйера и П.Сэловея, Р. Бар-Она, Д.В.Люсина, Т.Бредберри). Концепция структуры эмоционального интеллекта Д.Гоулмана (самоосознание, саморегуляция, мотивация, эмпатия, социальные навыки). Роль и значение эмоционального интеллекта в бизнесе (УК-5.1.1/3-1)	Основные подходы к оценке и развитию эмоционального интеллекта (УК-5.1.1/3-1; ПК-1.1.1/3-1; ПК-1.2.1/y-1; ПК-1.3.1/n-1)
	Оценка эмоционального интеллекта персонала Современные методы оценки эмоционального интеллекта: методы, основанные на самоотчете и самооценке, методы экспертной оценки (технологии «ассессмент-центр») и методы, основанные на решении задач (тест эмоционального интеллекта Дж.Мейера, П.Сэловея и Д.Карузо (MSCEIT V2.0), опросник Р. Бар-Она (Bar-On Emotional Quotient Inventory), методика Self Report Emotional Intelligence Test (SREIT), методика «Эмоциональный интеллект-2» В.В.Одинцовой, тест «ЭМИн» Д.Люсина, методика МЭИ М.А.Манойловой, методика Н.Холла, метод «360 градусов» (EIV 360), видеотест на распознавание эмоций (Овсянникова В.В, Люсин Д.В.) и др.). Методы диагностики отдельных компонентов эмоционального интеллекта (опросник поведения и переживания, связанного с работой AVEM (У.Шааршмидт, А. Фишер), тест диагностики	

	алекситимии TAS, методика "САН" (адаптация А. Гончарова), опросник депрессивности А.Т. Бека (BDI), опросник тревожности Ч.Д. Спилбергера (в адаптации Ю.Л. Ханина), методика "Диагностика уровня эмоционального выгорания" В.В. Бойко, методика "Индекс общего психологического благополучия", методика диагностики социальной эмпатии, методика диагностики эмоциональных барьеров в межличностном общении (В.В. Бойко), методика диагностики коммуникативной социальной компетентности (КСК), самооценка эмоционально-мотивационных ориентаций в межгрупповом взаимодействии (модифицированный вариант Н.П. Фетискина), методика диагностики личностной агрессивности и конфликтности (Е.П. Ильин, П.А. Ковалев), методика невербальной диагностики эмоциональных состояний (А.О. Прохоров), методика определения деструктивных установок в межличностных отношениях (В.В. Бойко), проективные методики и др.). (ПК-1.1.1/з-1)	
	Развитие эмоционального интеллекта персонала Современные технологии обучения и развития эмоционального интеллекта персонала (тренинг, коучинг, наставничество). Принципы тренинга эмоциональной компетентности по Д.Голлману (разработка тренинга на основе систематической оценки потребностей, проверка готовности участников и их мотивация, фокусирование на ясных и достижимых целях, организация системы поддержки и поощрения применения новых навыков и др.). Основные компоненты программ развития эмоционального интеллекта (развитие навыков и умений справляться с эмоциями (идентификация чувств и эмоций, оценка их интенсивности, управление эмоциями и чувствами, контролирование побуждений, ослабление стресса, понимание разницы между чувствами, мыслями и действиями). Развитие когнитивных способностей (считывание и толкование социальной информации, позитивное отношение к жизни, самоосознание/выработка реалистичных ожиданий в отношении себя и др.). Поведенческие навыки (навыки эффективной вербальной и невербальной коммуникации в различных ситуациях). Структура техник управления эмоциями и чувствами «Квадрат» на основе принципов целеполагания, цивилизованного влияния, принятия эмоций (реактивные и проактивные методы снижения/повышения интенсивности эмоций). Критерии оценки функциональности упражнений по развитию эмоционального интеллекта (по Е.В.Сидоренко). Оценка эффективности программы. Роль HR – менеджера и линейных менеджеров в развитии эмоционального интеллекта сотрудников.(ПК-1.2.1/у-1)	
	Программы управления эмоциональным интеллектом в российских и зарубежных компаниях Эмоциональный интеллект и организационная культура. Понятие группового коэффициента эмоционального интеллекта. Системный подход к внедрению эмоционального интеллекта в российских и зарубежных организациях: создание эмоционально разумной системы мотивации персонала, формирование командного духа, управление конфликтами, процедура обратной связи. Проектирование системы управления эмоциональным интеллектом на предприятии. Программы управления эмоциональным интеллектом в российских и зарубежных компаниях (ПК-1.3.1/н-1)	

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине,

соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы и индикаторами их достижения

Результаты освоения ОП (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1.1 Знает психологические основы социального взаимодействия, направленного на решение профессиональных задач	з-1. Знает психологические основы управления эмоциями и особенности их проявления в различных культурах
ПК-1 Способен к тактическому и стратегическому управлению процессами планирования и организации деятельности на различных уровнях организации сферы здравоохранения	ПК-1.1.1 Знает приемы разработки и усовершенствования системы процессного управления организации сферы здравоохранения	з-1. Знает приёмы регуляции и саморегуляции эмоций персонала при совершенствовании стратегии и тактики процессного управления
	ПК-1.2.1 Умеет разрабатывать и усовершенствовать системы процессного управления организации сферы здравоохранения	у-1. Умеет применять приёмы регуляции и саморегуляции эмоций персонала при совершенствовании стратегии и тактики процессного управления
	ПК-1.3.1 Владеет навыками разработки и усовершенствования системы процессного управления организации сферы здравоохранения	н-1. Имеет навык (опыт деятельности) регуляции и саморегуляции эмоций персонала при совершенствовании стратегии и тактики процессного управления

ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ, ВКЛЮЧЕННЫЕ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ КАЖДОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Сведения об объёме дисциплин, сроках их реализации, видах нагрузки обучающегося в их рамках представлены в учебном плане и доступны по ссылке: <https://www.volgmed.ru/university/file-manager/?section=13878>

2. Методические и иные материалы для обеспечения образовательного процесса размещены в электронной информационно-образовательной среде ФГБОУ ВО ВолгГМУ Минздрава России и доступны по ссылке: <https://www.volgmed.ru/university/file-manager/?section=13888>

3. Перечень рекомендуемой литературы, включая электронные учебные издания, размещен в электронной информационно-образовательной среде ФГБОУ ВО ВолгГМУ Минздрава России и доступен по ссылке: <https://www.volgmed.ru/education/struct/library/file-manager/knigoobespechennost-menedzhment-magistratura-2026-27>

4. Перечень профессиональных баз данных, информационных справочных систем, электронных образовательных ресурсов размещен в электронной информационно-образовательной среде ФГБОУ ВО ВолгГМУ Минздрава России и доступен по ссылке: <https://www.volgmed.ru/university/file-manager/?section=13886>

5. Соотнесение результатов освоения образовательной программы в части профессиональных компетенций с трудовыми функциями профессиональных стандартов:

Компетенция	Трудовая функция согласно профстандарту 07.007 Специалист по процессному управлению		Обобщенная трудовая функция согласно профстандарту 07.007 Специалист по процессному управлению	
	Наименование	Код	Наименование	Код
ПК-1. Способен к тактическому и стратегическому управлению процессами планирования и организации деятельности на различных уровнях организации сферы здравоохранения	Разработка и усовершенствование системы процессного управления организации	С/02.7	Проектирование и внедрение системы процессного управления организации	С
	Внедрение системы процессного управления организации или ее усовершенствования	С/03.7		
Компетенция	Трудовая функция согласно профстандарту 08.035 Маркетолог		Обобщенная трудовая функция согласно профстандарту 08.035 Маркетолог	
	Наименование	Код	Наименование	Код
ПК-2. Способен к подготовке и проведению маркетингового исследования в сфере здравоохранения с	Подготовка к проведению маркетингового исследования	А/01.6	Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса	А

использованием инструментов комплекса маркетинга.	Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	A/02.6	маркетинга	
ПК-3. Способен управлять маркетинговой деятельностью в сфере здравоохранения	Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации	B/01.7	Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	B
	Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации	B/02.7		
	Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации	B/03.7		
	Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации	B/04.7		
	Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации	C/02.8		

6. Перечень программного обеспечения:

№ п/п	Название	Реквизиты подтверждающего документа
1.	Программная система для обнаружения заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ 5.0» («Антиплагиат.ВУЗ 5.0»), включая «Модуль поиска текстовых заимствований “Объединенная коллекция 2020”»	Простая не исключительная лицензия на использование программ для ЭВМ по лицензионному договору от 19.03.2026 № 44/26/5/17
2.	Лицензия на использование программного обеспечения для ЭВМ «Интерактивный трехмерный атлас анатомии человека»	Простая (неисключительная) лицензия на использование ПО по лицензионному контракту от 05.03.2026 № 44/26/4/8
3.	Лицензия на право использовать комплект симуляционных систем для формирования навыков клинического мышления с модулями Амбулаторный прием, Педиатрия, Госпиталь,	Контракт № 0329100015825000157 от 07.07.2025

	Сестринское дело	
4.	Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows (Россия)	Предоставление неисключительных прав пользования антивирусным программным обеспечением Контракт №0329100015826000129 от 05.06.2026 с 05.06.2026 по 05.06.2027
5.	Медицинская информационная система «Информационная система деятельности медицинского учреждения» (техподдержка)	Контракт от 16.12.2025 № 0329100015825000381
6.	Коммуникационный сервис «Автоматизированное рабочее место» Яндекс 360	Вх. от Минздрава России от 27.04.2026 № 18-6/И/2-7340
7.	RedOs 7.3	REDOS-EDU-SRV-CER-EXT-73-291124-010-001, REDOS-DSP-CER-0120-72-061020-001-001 Бессрочная
8.	Браузер «Yandex» (Россия)	Свободное и/или безвозмездное ПО
9.	7-zip (Россия)	Свободное и/или безвозмездное ПО
10.	Adobe Acrobat DC / Adobe Reader	Свободное и/или безвозмездное ПО

7. Материально-техническое обеспечение включает в себя помещения, представляющие собой учебные аудитории для проведения учебных занятий в рамках дисциплины, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде ФГБОУ ВО ВолгГМУ Минздрава России. Конкретный перечень материально-технического обеспечения каждой дисциплины размещён в электронной информационно-образовательной среде ФГБОУ ВО ВолгГМУ Минздрава России и доступен по ссылке <https://www.volgmed.ru/university/file-manager/?section=13887>

8. Особенности организации обучения для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

8.1. Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется кафедрой на основе рабочей программы, адаптированной с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

8.2. В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья кафедра обеспечивает:

1) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;
- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
- выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

2) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

3) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

- возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

8.3. Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

8.4. Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Категории студентов	Формы
С нарушениями слуха	- в печатной форме; - в форме электронного документа;
С нарушениями зрения	- в печатной форме увеличенным шрифтом; - в форме электронного документа; - в форме аудиофайла;
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	- в форме электронного документа; - в форме аудиофайла;
С нарушениями речи и с соматическими заболеваниями	- в печатной форме (для обеих категорий обучающихся); - в форме электронного документа (для обеих категорий обучающихся); - в форме аудиофайла (для обучающихся с соматическими заболеваниями).

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

7.5. Для студентов с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены следующие оценочные средства:

Категории студентов	Виды оценочных средств	Формы контроля и оценки результатов обучения
С нарушениями слуха	тест	преимущественно письменная проверка
С нарушениями зрения	собеседование	преимущественно устная проверка (индивидуально)
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	решение дистанционных тестов, контрольные вопросы	организация контроля с помощью электронной оболочки MOODLE/ЭИОС вуза, письменная проверка
С нарушениями речи и с соматическими заболеваниями	тест (для обеих категорий обучающихся), собеседование (для обучающихся с соматическими заболеваниями)	организация контроля с помощью электронной оболочки MOODLE/ЭИОС вуза (для обеих категорий обучающихся), письменная проверка (для обеих категорий обучающихся), устная проверка (для обучающихся с

		соматическими заболеваниями)
--	--	------------------------------

Студентам с ограниченными возможностями здоровья увеличивается время на подготовку ответов, разрешается готовить ответы с использованием дистанционных образовательных технологий.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены ВолГМУ или могут использоваться собственные технические средства.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями речи:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

Для лиц с соматическими заболеваниями:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся:

1. Инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме, устно с использованием услуг сурдопереводчика);

2. Доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом, задания предоставляются с использованием сурдоперевода);

3. Доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, с использованием услуг ассистента, устно).

При необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов. Проведение процедуры оценивания результатов

обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

8.6. Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья предоставляются учебная литература в виде электронных учебных изданий в фонде библиотеки и / или в электронно-библиотечных системах. А также предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература и специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

8.7. В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

8.8. Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (помимо стандартного материально-технического обеспечения дисциплины):

- лекционная аудитория - мультимедийное оборудование, мобильный радиокласс (для студентов с нарушениями слуха); источники питания для индивидуальных технических средств;
- учебная аудитория для практических занятий (семинаров) мультимедийное оборудование, мобильный радиокласс (для студентов с нарушениями слуха);
- учебная аудитория для самостоятельной работы - стандартные рабочие места с персональными компьютерами; рабочее место с персональным компьютером, с программой экранного доступа, программой экранного увеличения и брайлевским дисплеем для студентов с нарушениями зрения.

В каждой аудитории, где обучаются инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, должно быть предусмотрено соответствующее количество мест для обучающихся с учётом ограничений их здоровья.

В учебные аудитории должен быть беспрепятственный доступ для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья.

В Центре коллективного пользования по междисциплинарной подготовке инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ВолгГМУ имеются специальные технические средства обучения для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

9. Особенности реализации дисциплин с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

При реализации дисциплин или части какой-либо дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения выбор элементов ДОТ и ЭО определяется в соответствии с нижеследующим.

1. Элементы ДОТ и ЭО, применяемые для реализации учебного процесса

1) Использование возможностей электронного информационно-образовательного портала ФГБОУ ВО ВолгГМУ Минздрава России:

- элемент «Лекция» и/или ресурс «Файл» (лекция, лекция-визуализация)
- элемент «Задание» и/или ресурс «Файл» (размещение заданий к занятию, указаний, пояснений, разбивка на малые группы)

- элемент «Форум» (фиксация присутствия обучающихся на занятии, индивидуальные консультации)
 - иные элементы и/или ресурсы (при необходимости)
- 2) Использование сервисов видеоконференций:
- устная подача материала
 - демонстрация практических навыков
2. Элементы ДОТ, применяемые для текущей и промежуточной аттестации
- 1) Использование возможностей электронного информационно-образовательного портала ФГБОУ ВО ВолгГМУ Минздрава России:
- элемент «Тест» (тестирование, решение ситуационных задач)
 - элемент «Задание» (подготовка доклада, проверка протокола ведения занятия)
- 2) Использование сервисов видеоконференций:
- собеседование
 - доклад
 - проверка практических навыков

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "ВОЛГОГРАДСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ" МИНИСТЕРСТВА
ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**, Михальченко Дмитрий
Валерьевич, Проректор по образовательной деятельности

26.08.26 12:20 (MSK)

Сертификат 5ED288215040579801F659227E1AA05B