

**Тематический план занятий семинарского типа
по дисциплине «Маркетинг в здравоохранении»
для обучающихся 2026 года поступления
по образовательной программе
32.04.01 Общественное здравоохранение,
направленность (профиль) Общественное здравоохранение
(магистратура),
форма обучения очно–заочная форма
на 2026-2027 учебный год**

№	Тематические блоки	Практическая подготовка в рамках тематического блока ³	Часы (академ.) ⁴
1,2 семестр			
1.	Основные понятия маркетинга. Маркетинг в современном здравоохранении ¹ . Возникновение маркетинга как научной области знаний. Функции маркетинга. Принципы маркетинга. Категории маркетинга. Особенности маркетинга в здравоохранении. Особенности применения маркетинга в здравоохранении в РФ ² .	-	4
2.	Теоретические основы развития маркетинга в здравоохранении ¹ . Предпосылки возникновения маркетинга в здравоохранении. Управление маркетингом. Концепции маркетинга. Виды спроса в маркетинге. Маркетинг услуг. Маркетинговое исследование ² .	ПП	4
3.	Анализ рынка медицинских услуг ¹ . Признаки рынка медицинских услуг. Рынок медицинских услуг. Факторы, влияющие на спрос. Цели и тип маркетинга в зависимости от состояния спроса. Контролируемые и неконтролируемые факторы в деятельности МО. Сегментация рынка по группам пациентов. Сегментация рынка медицинских услуг по основным конкурентам. Сегментация рынка по параметрам медицинских услуг ² .	ПП	4
4.	Ценообразование медицинских услуг ¹ . Сущность ценообразования. Последовательность разработки стратегии ценообразования. Виды цен на новые медицинские услуги ² .	-	4
Итого			16

¹ – тема

² – сущностное содержание

³ – ПП (практическая подготовка)

⁴ – один тематический блок включает в себя несколько занятий, продолжительность одного занятия 45 минут, с перерывом между занятиями не менее 5 минут

Рассмотрено на заседании кафедры экономики и менеджмента
им. Н.П. Григоренко, протокол от «02»июня 2026 г. № 11.

Заведующий кафедрой



С.Ю. Соболева