

**Тематический план занятий семинарского типа
по дисциплине «Маркетинговые коммуникации в здравоохранении»
для обучающихся 2026 года поступления
по образовательной программе
38.04.02 Менеджмент,
направленность (профиль) Стратегический менеджмент и маркетинг
в здравоохранении
(магистратура),
форма обучения заочная
на 2026-2027 учебный год**

№	Тематические блоки	Практическая подготовка в рамках тематического блока ³	Часы (академ.) ⁴
2 семестр			
1.	Система маркетинговых коммуникаций: понятие, функции и структура. ¹ . Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций ² .	-	2
2.	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. ¹ . Прикладные аспекты использования рекламы как элемента маркетинговых коммуникаций ² .	-	2
3.	Нерекламные и синтетические средства маркетинговых коммуникаций. ¹ . Нерекламные средства: публик рилейшнз, личные продажи и прямой маркетинг, стимулирование сбыта. Синтетические средства маркетинговых коммуникаций ² .	-	2
4.	Система бренд маркетинговых коммуникаций ¹ . Коммуникации и реклама в сети Интернет. SMM-продвижение ² .	-	2
5.	SMM-продвижение. Коммуникации в сети Интернет ¹ . Средства и способы повышения эффективности маркетинговых коммуникаций. Оценка эффективности комплекса маркетинговых коммуникаций. Методы определения экономической эффективности рекламных мероприятий. ² .	ПП	2
6.	Оценка эффективности коммуникационных стратегий медицинской организации ¹ .		
Итого			12

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