

**Тематический план самостоятельной работы обучающегося
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**

№	Тема самостоятельной работы	Часы (академ.)
1,2 семестр		
1	Маркетинг в современном здравоохранении	58
	Раздел 1. Формирование маркетингового подхода в сфере охраны здоровья	10
	Раздел 2. Базовые элементы маркетинговой деятельности медицинской организации	10
	Раздел 3. Специфика взаимодействия медицинской организации с пациентами и потребителями услуг	10
	Раздел 4. Российская практика использования маркетинговых инструментов в здравоохранении	10
	Раздел 5. Организация и модели управления маркетинговой деятельностью	10
	Раздел 6. Изучение потребностей, спроса и поведения потребителей медицинских услуг	7
	Контрольный раздел	1
2	Маркетинговые стратегии в здравоохранении	58
	Раздел 1. Рыночная среда и особенности обращения медицинских услуг	10
	Раздел 2. Формирование и оценка спроса на медицинскую помощь и сервисные услуги	10
	Раздел 3. Выбор маркетинговых действий с учётом состояния и динамики спроса	10
	Раздел 4. Управляемые ресурсы и внешние условия деятельности медицинской организации	10
	Раздел 5. Выделение целевых групп пациентов и анализ конкурентного окружения	10
	Раздел 6. Позиционирование медицинских услуг и ценовые решения медицинской организации	7
	Контрольный раздел	1

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

Заведующий кафедрой



С.Ю. Соболева

