

**Тематический план занятий семинарского типа
по дисциплине «Современный стратегический анализ в
здоровоохранении»
для обучающихся 2025 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	Практическа я подготовка в рамках тематическог о блока ³	Часы (академ.) ⁴
4 семестр			
1.	Теоретические и методологические основы стратегического анализа. Понятие бизнес-процессов ¹ . 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 ² .	-	2
2.	Методика и инструменты проведения стратегического анализа в сфере здравоохранения. Управление маркетингом в системе здравоохранения ¹ . 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	ПП	4

	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 ² .		
3.	Информационное обеспечение стратегического анализа ¹ . 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 ² .	-	4
4.	Документирование результатов стратегического анализа и «обратная связь» ¹ . 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 ² .	-	4
Итого			14

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