

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой общественного  
здоровья и здравоохранения  
с курсом ФПКиП  
профессор

Т.М.Шаршакова

25.06.2025

**ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ  
ПО МЕНЕДЖМЕНТУ И МАРКЕТИНГУ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ  
ДЛЯ СТУДЕНТОВ 5 КУРСА МЕДИКО-ПРОФИЛАКТИЧЕСКОГО  
ФАКУЛЬТЕТА» В 10 СЕМЕСТРЕ НА 2025-2026 УЧЕБНЫЙ ГОД**

**ТЕМА № 1. ПРОЦЕССНЫЙ, СИСТЕМНЫЙ И СИТУАЦИОННЫЙ ПОДХОДЫ  
К УПРАВЛЕНИЮ. ФУНКЦИИ УПРАВЛЕНИЯ.**

**Вопросы к занятию:**

1. Процессный подход к управлению.
2. Сущность и взаимосвязь функций управления.
3. Общая характеристика основных функций управления.
4. Планирование – как функция управления. Принципы и технология планирования.
5. Организация – как функция управления.
6. Мотивация – как функция управления.
7. Контроль – как функция управления. Виды контроля.
8. Системный и ситуационный подходы к управлению.

**ТЕМА № 2. КОММУНИКАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС И ПРОЦЕСС ПРИНЯТИЯ  
РЕШЕНИЙ, КАК СВЯЗУЮЩИЕ ПРОЦЕССЫ В УПРАВЛЕНИИ.**

**Вопросы к занятию:**

1. Определение понятия «коммуникация». Виды и функции коммуникации.
2. Структура коммуникативного процесса.
3. Вербальные и невербальные средства коммуникации.
4. Виды и причины коммуникативных барьеров.
5. Эффективность коммуникации в управлении здравоохранением.
6. Организация коммуникативного процесса в организации здравоохранения.
7. Природа процесса принятия решений. Рациональная организация процесса принятия решения.
8. Подходы к участию в принятии решений. Факторы, влияющие на принятие решений. Основные требования, предъявляемые к решению.
9. Методы и методики, используемые в процессе принятия решений.
10. Схема процесса принятия управленческих решений.

**ТЕМА № 3. ФУНКЦИЯ ПЛАНИРОВАНИЯ. ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ В  
УПРАВЛЕНИИ. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В УПРАВЛЕНИИ.**

**Вопросы к занятию:**

1. Сущность, функции и необходимость стратегического планирования.
2. Процесс стратегического планирования.
3. Миссия и цели организации. Характеристика целей.
4. Оценка и анализ внешней среды.
5. Управленческое обследование внутренних сильных и слабых сторон организации. Изучение стратегических альтернатив.
6. Выбор и реализация стратегии.
7. Управление реализацией стратегического плана и контроль за его выполнением.

## **ТЕМА № 4. ФУНКЦИЯ ОРГАНИЗАЦИИ. ТИПЫ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР. ДЕЛЕГИРОВАНИЕ, ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И ПОЛНОМОЧИЯ. ФУНКЦИЯ МОТИВАЦИИ. ОСНОВНЫЕ ТЕОРИИ МОТИВАЦИИ.**

### **Вопросы к занятию:**

1. Организация как функция управления.
2. Ответственность в контексте делегирования. Процедуры делегирования полномочий.
3. Организационные полномочия. Линейные и аппаратные полномочия.
4. Препятствия к эффективному делегированию.
5. Централизация и децентрализация в управлении.
6. Мотивация как функция управления.
7. Содержательные и процессуальные теории мотивации.
8. Теория мотивации А.Маслоу. Двухфакторная модель мотивации Ф. Герцберга. Теория мотивации Макклелланда.
9. Теория ожиданий и теория справедливости.

## **ТЕМА 5. ФУНКЦИЯ КОНТРОЛЯ. ВЛАСТЬ И ЛИДЕРСТВО В УПРАВЛЕНИИ. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА.**

### **Вопросы к занятию:**

1. Контроль как функция управления. Необходимость контроля. Виды контроля. Этапы контроля.
2. Власть, влияние и лидерство. Понятие и содержание власти. Источники власти. Полномочия и власть.
3. Формы власти и влияния. Убеждение и участие.
4. Теории лидерства. Личные качества лидера. Стиль руководства. Теория великих людей. Теория группового лидерства.
5. Поведенческие теории лидерства: теория Р. Лайкерта.
6. Ситуационные теории лидерства.
7. Организационная культура. Элементы организационной культуры.
8. Ценности компании. Типы организационных культур.

## **ТЕМА 6. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ НА РЫНКЕ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ.**

### **Вопросы к занятию:**

1. Роль маркетинговой информации в обеспечении эффективной деятельности организаций здравоохранения. Понятие о маркетинговой информации и источниках ее получения.
2. Маркетинговая информационная система (МИС), ее структура и функции. Характеристика основных подсистем: системы внутренней отчетности, системы сбора внешней маркетинговой информации, системы маркетинговых исследований, системы анализа маркетинговой информации.
3. Первичная и вторичная информация, достоинства и недостатки. Источники и методы сбора маркетинговой информации.
4. Современное маркетинговое исследование как процесс поиска, сбора, обработки данных и подготовки информации для принятия оперативных и стратегических решений в условиях рынка.
5. Процесс маркетингового исследования. Основные направления маркетинговых исследований в здравоохранении. Методология анализа рынка медицинских услуг.

6. Понятие маркетинговой среды организации здравоохранения, ее основные элементы. Микросреда организации здравоохранения (организация, поставщики, посредники, конкуренты, потребители-пациенты, контактные аудитории).

7. Факторы макросреды организации здравоохранения: демографические, экономические, природные, социально-культурные, политико-правовые, научно-технические.

8. Понятие сегментации и сегмента рынка. Объекты сегментации на рынке медицинских услуг: потребители-пациенты, медицинские услуги, организации здравоохранения.

9. Признаки сегментации потребителей медицинских услуг: географические, демографические, социально-экономические, психографические, поведенческие, медицинские.

10. Критерии оценки сегментов рынка. Понятия «целевой рынок», «рыночная ниша», «рыночное окно».

## **ТЕМА 7. ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ. КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА ОРГАНИЗАЦИИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ.**

### **Вопросы к занятию:**

1. Сущность поведения потребителей на рынке медицинских услуг. Модели покупательского поведения. Факторы культурного, социального, личного и психологического порядка, оказывающие влияние на принятие решения потребителя-пациента о приобретении медицинской услуги.

2. Процесс принятия решения о приобретении медицинской услуги: осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку.

3. Учет поведения потребителей-пациентов при принятии маркетинговых решений в организациях здравоохранения.

4. Карта пути пациента, ее роль в повышении качества обслуживания и лечения пациентов. Понятие точки контакта, роль точек контакта в формировании потока пациентов. Виды точек контакта, контроль точек контакта.

5. Медицинская услуга как продукт, ценность которого заключается в способности удовлетворять потребность человека в поддержании здоровья.

6. Особенности медицинской услуги: индивидуальный характер, неопределенность результатов, субъективность оценки, высокая степень риска, значимость взаимосвязи «врач-пациент».

7. Распространение как деятельность по обеспечению доступности и удобства приобретения медицинских услуг. Инструменты распространения услуг (логистики): транспортная доступность, места оказания медицинских услуг.

8. Персонал как элемент комплекса маркетинга организации здравоохранения. Выбор эффективных методов отбора медицинского персонала, его мотивация, повышение квалификации.

9. Понятие корпоративной культуры организации здравоохранения. Ее влияние на качество медицинского обслуживания и удовлетворенность пациентов. Характеристика основных элементов корпоративной культуры.

10. Понятие среды в комплексе маркетинга медицинской услуги. Характеристика составляющих среды (окружения): внешнее и внутреннее оформление зданий, стиль оформления, свет, звук, запахи, внешний вид сотрудников.

## **ТЕМА 8. МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ. ПРОДВИЖЕНИЕ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ. ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ.**

### **Вопросы к занятию:**

1. Сущность коммуникационной политики и системы маркетинговых коммуникаций. Факторы, определяющие структуру системы маркетинговых коммуникаций организации здравоохранения.

2. Характеристика элементов системы маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью, личная продажа. Необходимость комплексного использования элементов системы маркетинговых коммуникаций в деятельности организаций здравоохранения.

3. Реклама как любая оплачиваемая форма неличного представления медицинских услуг.

4. Характеристика основных видов рекламы: телевизионная реклама, радиореклама, печатная реклама, реклама в прессе, наружная реклама, прямая почтовая рассылка, реклама «из уст в уста», рекомендации, Интернет-реклама (контекстная реклама, баннеры, текстовые блоки, e-мейл-рассылка). Требования к рекламе медицинских услуг в соответствии с Законом Республики Беларусь от 10.05.2007г. № 225-3 «О рекламе» и Законом Республики Беларусь от 04.01.2021 № 82-3 «Об изменении законов по вопросам рекламы».

5. Личные продажи медицинских услуг. Организация презентации медицинской услуги пациенту врачом-консультантом.

6. Продвижение медицинских услуг в сети Интернет. Его значение на современном этапе развития рынка медицинских услуг.

7. Характеристика основных инструментов интернет-маркетинга: сайт, Интернет-реклама (контекстная, баннерная), e-мейл маркетинг, видео-маркетинг, мобильный маркетинг, оптимизация для социальных сетей (SMO), социальные сети (SMM), блоги, форумы, SEO- продвижение, вирусный маркетинг, коллтрекинг (звонки).

8. Требования к формлению сайтов организаций здравоохранения Республики Беларусь. Значение оформления сайтов организаций здравоохранения, осуществляющих экспорт медицинских услуг в рамках задачи продвижения бренда «Лечение в Беларуси».

9. Разработка контент-плана организации здравоохранения с учетом стадии готовности пациента к приобретению медицинской услуги, целей воздействия на целевую аудиторию.

10. Основные задачи и функции маркетинговой службы организации здравоохранения

11. Основные функции специалиста по маркетингу и рекламе медицинской организации (менеджера по продвижению медицинских услуг).

## **ТЕМА 9. УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ.**

### **Вопросы к занятию:**

1. Система управления маркетингом в организации здравоохранения. Цели и принципы управления маркетингом.

2. Характеристика составляющих системы управления маркетингом: анализ маркетинговой среды, стратегическое планирование маркетинга, разработка комплекса маркетинга, реализация маркетинговых планов, контроль маркетинга.

3. Содержание маркетингового плана организации здравоохранения. Составление плана маркетинга: аннотация; анализ ситуации на рынке (анализ рынка, анализ услуги, анализ конкурентов, анализ реализации, подробный анализ факторов внешней среды); анализ положения организации на рынке (сильные и слабые стороны

организации, возможности и опасности); цели маркетинга (в отношении услуг, потребителей и рынков).

4. Разработка маркетинговой стратегии (в отношении целевого рынка, позиционирования и программы комплекса маркетинга); составление рабочей программы маркетинговых мероприятий; планируемый бюджет; контроль как оценка результатов реализации маркетингового плана.

5. Организационные аспекты контроля маркетинга. Внешний и внутренний аудит маркетинга. Анализ и оценка качества и эффективности маркетинга.

6. Механизм принятия маркетинговых решений.

7. Порядок принятия маркетинговых решений:  
информация→планирование→исполнение→контроль.

## **ТЕМА 10. ТРЕНДЫ МАРКЕТИНГА В ОРГАНИЗАЦИЯХ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ.**

### **Вопросы к занятию:**

1. Тренды маркетинга в организациях здравоохранения: социальные сети и мессенджеры, медицинские гаджеты, контент-маркетинг.

2. Искусственный интеллект и большие данные (big data) в медицине, телемедицина. Значение личного бренда врача в современных условиях.

3. Характеристика основных этапов формирования личного бренда врача.

4. Роль персонализации посредством таргетирования аудитории, этики продвижения медицинских услуг и пациентоориентированности организаций здравоохранения в успешной маркетинговой деятельности.

5. Использование трендов маркетинга в организациях здравоохранения Республики Беларусь.

### **ЛИТЕРАТУРА**

#### **ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА**

1. Коляда, И. Н. Экономика здравоохранения. Планирование и финансирование деятельности организаций здравоохранения : учеб.-метод. пособие / И. Н. Коляда, Т. М. Шаршакова, А. Н. Куриленко. – Гомель : ГомГМУ, 2021. – 84 с. : табл. – Рек. УМО по высш. мед., фармацевт. образованию. – URL: <http://elib.gsmu.by/handle/GomSMU/8623> (дата обращения: 14.04.2025).

2. Пилипцевич, Н. Н. Общественное здоровье и здравоохранение : учебник / Н. Н. Пилипцевич, Т. П. Павлович, А. Н. Пилипцевич ; под ред. Н.Н. Пилипцевича. – 2-е изд., перераб. – Минск : Новое знание, 2022. – 704 с. : ил., табл.

#### **ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА**

3. Бойко, С. Л. Профессиональные психологические риски и социальный менеджмент в здравоохранении : монография / С. Л. Бойко. – Гродно : ГрГМУ, 2022. – 195 с. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/book/professionalnye-psihologicheskie-riski-i-socialnyj-menedzhment-v-zdravoohranenii-15913452/> (дата обращения: 14.04.2025).

4. Васильева, Е. Ю. Коммуникативные навыки : для мед. вузов : учеб. пособие / Е. Ю. Васильева. – Москва : КноРус, 2023. – 218 с.

5. Глушанко, В. С. Методика расчёта и анализа индикаторов качества медицинской помощи населению / В. С. Глушанко, А. П. Тимофеева, А. А. Герберг. – Витебск : ВГМУ, 2021. – 349 с.

6. Глушанко, В. С. Разработка и принятие управленческих решений в системе охраны здоровья населения : учеб.-метод. пособие / В. С. Глушанко, М. В. Алферова, А. Т. Щастный. – Витебск : ВГМУ, 2016. – 116 с. – URL: <https://elib.vsmu.by/handle/123/7392> (дата обращения: 14.04.2025).

7. Глушанко, В. С. Разработка и принятие управленческих решений в системе охраны здоровья населения : учеб.-метод. пособие / В. С. Глушанко, М. В.

Алферова, А. Т. Щастный. – Витебск : ВГМУ, 2016. – 116 с. – URL: <https://elib.vsmu.by/server/api/core/bitstreams/f62ba760-1e8e-4cc8-8b13-e42110e2b1b2/content> (дата обращения: 14.04.2025).

8. Дорошенко, Р. В. Врачебная коммуникация по протоколу SPIKES с пациентами и их родственниками / Р. В. Дорошенко, О. В. Петкевич, В. А. Кривенчук. – Гомель : РНПЦ РМиЭЧ, 2018. – 43 с.

9. Модернизация структуры управления здравоохранением и организация медицинской помощи сельскому населению : учеб.-метод. пособие / под общ. ред. В. С. Глушанко. – Витебск : ВГМУ, 2016. – 201 с. : ил., табл. – URL: <https://elib.vsmu.by/handle/123/11342> (дата обращения: 14.04.2025).

10. Общественное здоровье и здравоохранение : учеб. пособие / [Малашко В. А., Шаршакова Т. М., Богдан Е. Л., Солонец Г. В.]. – Минск : РИПО, 2018. – 378 с. : ил., табл.

11. Решетников, А. В. Экономика и управление в здравоохранении : учебник и практикум для вузов / А. В. Решетников, Н. Г. Шамшурина, В. И. Шамшурин ; под общ. ред. А. В. Решетникова. – Москва : Юрайт, 2017. – 303 с.

12. Соколов, А. Ю. Управление эффективностью в здравоохранении : учеб.-метод. пособие / А. Ю. Соколов. – Минск : БелМАПО, 2021. – 27 с.

#### НОРМАТИВНЫЕ ПРАВОВЫЕ АКТЫ

13. Конституция Республики Беларусь : [1994 г.] : с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 нояб. 1996 г., 17 окт. 2004 г. и 27 февр. 2022 г. – Минск : НЦПИ, 2022. – 79 с.

14. О демографической безопасности Республики Беларусь : Закон Респ. Беларусь от 4 янв. 2002 г. № 80-3 : с изм. и доп.

15. О здравоохранении : Закон Респ. Беларусь от 18 июня 1993 г. № 2435–XII : с изм. и доп.

16. О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения : Закон Респ. Беларусь от 7 янв. 2012 г. № 340-3 : с изм. и доп.

17. О государственных минимальных социальных стандартах в области здравоохранения : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 29 марта 2016 г. № 259 : с изм. и доп.

18. О Государственной программе «Здоровье народа и демографическая безопасность» на 2021–2025 годы : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 19 янв. 2021 г. № 28 : с изм. и доп.

19. О проведении обязательных и внеочередных медицинских осмотров работающих : постановление М-ва здравоохранения Респ. Беларусь от 29 июля 2019 г. № 74 : с изм. и доп.

#### ЭЛЕКТРОННЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ

20. BookUp. Большая медицинская библиотека : [сайт]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/catalog/bolshaya-medicinskaya-biblioteka/> (дата обращения: 14.04.2025).

21. Znaniium : электронная библиотечная система : [сайт]. – URL: <https://znaniium.ru/> (дата обращения: 14.04.2025).

22. Лань : электронная библиотечная система : [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 14.04.2025).

23. Консультант студента : электронная библиотечная система : [сайт]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/> (дата обращения: 14.04.2025). (Включает : «Консультант врача», «Доп. коллекция для мед. ВУЗа», Расширенный комплект Гомельского ГМУ»).

24. Репозиторий Гомельского государственного медицинского университета : [сайт]. – URL: <https://www.elib.gsmu.by/> (дата обращения: 14.04.2025).