

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ КОМИТЕТА ПО РАЗВИТИЮ ПРЕВЕНТИВНОЙ,  
ИНТЕГРАТИВНОЙ, ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ МЕДИЦИНЫ И НУТРИЦИОЛОГИИ

# МЕДИЦИНСКИЙ МАРКЕТИНГ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ

---

*Программа профессиональной  
переподготовки*



## МОДУЛЬ 1. ОБЩАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ.

- *Блок 1.*

Экономические знания: структура, функции, практическое применение.

Экономика – наука и сфера хозяйственной деятельности. Основные школы экономической мысли. Методы обоснования и направления практического использования экономических знаний.

- *Блок 2.*

Общественное воспроизводство – основа социально экономического прогресса. Блага, услуги и их товарная форма. Производство и развитие структуры экономической деятельности. Ресурсы и потенциал производительной деятельности. Выбор производственных возможностей и альтернативные издержки. Экономический оборот и общественное воспроизводство.

- *Блок 3.*

Человеческий капитал и качество жизни населения. Возникновение и роль человеческого капитала в экономике. Формирование, оценка и накопление человеческого капитала. Качество жизни и здоровья населения: оценка и сравнительный анализ.

- *Блок 4.*

Анализ индивидуальных рынков. Конкуренция. Спрос и предложение. Закон спроса и закон предложения. Механизм установления рыночного равновесия. Эластичность спроса и предложения:

понятие и виды. Теория потребительского поведения. Конкуренция и её роль в развитии деловой активности и предпринимательской деятельности.

- *Блок 5.*

Рынки ресурсов и факторов производства. Ресурсные рынки: особенности, функции, виды. Поведение фирм на рынках ресурсов. Рынок услуг труда и человеческого капитала. Рынок капитала и инвестиции. Рынок земли и природных ресурсов.

- *Блок 6.*

Источники и распределение доходов: прибыль, предпринимательские доходы, оплата труда. Доходы предприятий. Добавленная стоимость и ее распределение. Прибыль и рентабельность производства. Факторы и пути повышения рентабельности. Предпринимательские доходы: источники, виды, ограничения. Оплата услуг труда и человеческого капитала.

## **МОДУЛЬ 2. МАКРОЭКОНОМИКА.**

- *Блок 7.*

Национальная экономика: структура и показатели развития. Национальная экономика и ее структура. Проблема структурной сбалансированности. Инфраструктура национальной экономики и деловой климат страны. Основные показатели развития национальной экономики. Потребление и сбережения. Их роль в рыночной экономике. Инвестиции. Мультипликатор автономных расходов. Макроэкономическое равновесие. Модель AD-AS.

## НОВАЯ ЭКОНОМИКА И ЕЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ХАРАКТЕР.

- *Блок 8.*

Экономический рост и цикличность экономического развития. Необходимость и типы экономического роста. Факторы и модели экономического роста. Роль научно-технического прогресса. Цикличность развития экономики. Виды и теории циклов. Инновационное развитие и инновационный экономический рост.

- *Блок 9.*

Денежно-кредитная система. Банки. Антиинфляционная политика. Деньги: функции, эволюция и институциональная роль. Денежно-кредитная система. Сущность, функции и формы кредита. Банковская система России. Регулирование денежно-кредитной системы.

- *Блок 10.*

Финансовая система и фискальная политика. Необходимость, сущность и функции финансов. Государственный бюджет. Налоговая система. Кривая Лаффера. Фискальная политика.

## МОДУЛЬ 3. ВВЕДЕНИЕ В МАРКЕТИНГ.

- *Блок 11.*

Понятие маркетинга. Основные принципы маркетинга. Отличие маркетинга от сбыта. Классификация маркетинга. Функции маркетинга. Управление маркетингом. Исторические концепции маркетинга.

- *Блок 12.*

Идеологические истоки маркетинга. Сущность маркетинга. Базисные категории маркетинга. Комплексные исследования рынка. Сегментирование рынка. Выбор целевого рынка.

- *Блок 13.*

Понятие и процесс маркетинговых исследований. Виды маркетинговой информации. Источники вторичной маркетинговой информации. Методы сбора первичной маркетинговой информации.

## **МОДУЛЬ 4. СОДЕРЖАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.**

- *Блок 14.*

Анализ рыночных возможностей. Маркетинговые исследования. Маркетинговая информация. Среда маркетинга. Микросреда. Макросреда. Розничный рынок. Оптовый рынок. Отбор целевых рынков. Изучение спроса. Сегментирование рынка. Отбор целевых сегментов. Позиционирование товара на рынке.

- *Блок 15.*

Разработка комплекса маркетинга. Разработка товаров. Ценообразование. Система распространения товаров. Коммуникационная политика. Комплекс вспомогательных систем маркетинга. Система маркетинговой информации. Система планирования. Система маркетингового контроля. Организационная структура.

## **МОДУЛЬ 5. МАРКЕТИНГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ.**

- *Блок 16.*

Структура маркетингового плана. Функции маркетингового плана. Виды и уровни маркетингового планирования. Этапы стратегического планирования. Этапы разработки плана маркетинга.

- *Блок 17.*

Внесение и сопоставление данных в маркетинговом плане. Анализ рынка и потребителей. Внешняя среда компании. Методы анализа внешней и внутренней маркетинговой среды. Источники внешней и внутренней маркетинговой информации. Товарная политика. Ценовая политика. Сбытовая политика. Коммуникационная политика. Рекламный бюджет.

- *Блок 18.*

Бюджетирование маркетинговой деятельности. Контроль и оценка результатов выполнения плана маркетинга. Показатели плана маркетинга. Таблица плана маркетинга.

## **МОДУЛЬ 6. ОСНОВЫ ТЕОРИИ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ.**

- *Блок 19.*

Психологические аспекты теории поведения потребителей. Психология потребности и мотивации. Мотивационный процесс. Теории содержания мотивации. Экономические аспекты теории

поведения покупателей. Потребительское поведение. Бюджетные ограничения и покупательная способность. Предельная полезность и потребительский выбор. Закон убывания предельной полезности товаров. Правило потребительского поведения и условие равновесия. Предельная норма замещения. Потребительское поведение в категориях кривых безразличия. Кривые безразличия и бюджетные ограничения. Потребительское равновесие и кривая спроса. Эффект замещения и эффект дохода. Моделирование покупательского поведения.

- *Блок 20.*

Целевая аудитория. Методы оценки, определения, функции. Общая сегментация. Сегментация целевой аудитории на рынке здоровья и медицины.

## **МОДУЛЬ 7. ТОВАРЫ, ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ, АССОРТИМЕНТНАЯ МАТРИЦА.**

- *Блок 21.*

Классификация товаров. Услуги: понятие и виды. Товарная марка (бренд). Упаковка. Сервис или услуги. Товарная политика. Товарный ассортимент и номенклатура. Качество и конкурентоспособность товаров.

- *Блок 22.*

Оценка степени новизны товаров. Процесс разработки новых товаров. Основные этапы жизненного цикла товара (ЖЦТ). Модификация товара. Особые виды ЖЦТ. Паспорт продукта или услуги.

- *Блок 23.*

Процесс маркетингового ценообразования. Инициативное изменение цен. Построение динамической ассортиментной матрицы для товаров и услуг.

## **МОДУЛЬ 8. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И АНАЛИЗ.**

- *Блок 24.*

Маркетинговые информационные системы. Сущность и классификация маркетинговой информации. Принципы маркетинговых исследований. Методы комплексных маркетинговых исследований и сбора информации. Общая схема исследований. Составление отчёта.

- *Блок 25.*

Формализация сбора данных и обработка маркетинговой информации. Характеристика шкал, используемых в маркетинговых измерениях. Система анализа маркетинговой информации.

- *Блок 26.*

Прикладные вопросы маркетинговых исследований. Исследование рынков. Изучение потребителей. Исследование предложения. Анализ конкурентов.

- *Блок 27.*

Количественные методы анализа для маркетологов. Метод линейной оптимизации. Анализ оптимального решения задачи линейного



программирования. Взаимно-двойственные задачи линейного программирования.

- *Блок 28.*

Теория игр. Элементы теории принятия решений. Принятие решений в условиях неопределённости. Позиционные игры. Элементы теории статистических решений. Методы принятия решения с известными вероятностями условий. Критерий Лапласа. Выбор оптимального решения в условиях неопределённости. Критерии Вальда, Сэвиджа, Гурвица. Принятие решения в условиях риска. Стоимость совершенной информации. Анализ устойчивости выбора оптимальной стратегии.

## **МОДУЛЬ 9. МАРКЕТИНГОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ.**

- *Блок 29.*

Стратегическое планирование. Миссия и цели организации. Формирование стратегических бизнес-единиц (СБЕ). Распределение ресурсов для СБЕ. Планирование нового бизнеса. Стратегическое планирование на уровне стратегической бизнес-единицы. Миссия бизнес-единицы

- *Блок 30.*

Виды маркетинговых стратегий. Построение краткосрочной и долгосрочной стратегии. Формулирование целей. Формулирование программы организации. Реализация стратегии. Обратная связь и контроль.

## МОДУЛЬ 10. МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ.

- *Блок 31.*

Понятие и методы маркетинговых коммуникаций. Процесс маркетинговых коммуникаций. Расчет бюджета на комплекс маркетинговых коммуникаций. Формирование комплекса маркетинговых коммуникаций. Стратегии маркетинговых коммуникаций

- *Блок 32.*

Реклама: виды и средства. Процесс рекламной кампании. Стимулирование сбыта. Public Relations. Личный бренд.

- *Блок 33.*

Теоретические и психологические аспекты интегрированных маркетинговых коммуникаций. Теоретические аспекты понятия «Интегрированные маркетинговые коммуникации». Психология интегрированных маркетинговых коммуникаций. Психологическое воздействие в интегрированных маркетинговых коммуникациях. Построение воронок продаж.

- *Блок 34.*

Средства интегрированных маркетинговых коммуникаций. Роль массовой коммуникации в интегрированных маркетинговых коммуникациях. Основные системы передачи информации в интегрированных маркетинговых коммуникациях. Использование закономерностей функционирования психических и психологических процессов в интегрированных маркетинговых коммуникациях. Установка как средство управления потребительским

поведением. Мотивация потребителя в интегрированных маркетинговых коммуникациях. Технологии и инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций. Верстка сайтов, лендингов, рассылок, блогов. Организация цепочек писем e-mail.

## **МОДУЛЬ 11. УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫМИ КАНАЛАМИ.**

### ● *Блок 35.*

Роль маркетинговых каналов. Создание каналов распределения. Задачи канала. Стратегия канала. Надежность канала. Варианты каналов. Оценка различных типов каналов. Управление каналами распределения. Выбор посредников. Мотивация посредников. Контроль. Урегулирование конфликтов участников канала. Экономичные каналы. Настройка рекламных кампаний и оценка эффективности. Контекстная и таргетированная реклама. Блоггинг и контент-маркетинг. SMM. SEO. Работа с тегами. Веб-аналитика. CRM.

### ● *Блок 36.*

Развитие вертикальных маркетинговых систем. Развитие горизонтальных маркетинговых систем. Развитие многоканальных маркетинговых систем. Организация распределения товаров. Обслуживание покупателей. Коммуникация и обработка заказов.

## **МОДУЛЬ 12. УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ.**

### ● *Блок 37.*

Теоретические аспекты управления продажами. Формирование

и управление каналами сбыта на основе сегментированного подхода. Сегментация. Определение целевого сегмента. Формирование каналов распределения. Мотивация участников канала распределения. Контроль и оценка эффективности каналов распределения.

- *Блок 38.*

Управление отделом продаж на предприятии. Планирование продаж. Построение отдела продаж. Мотивация сотрудников отдела продаж. Контроль деятельности отдела продаж. Презентация. Скрипты. Работа с возражениями.

## **МОДУЛЬ 13. ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В РФ.**

- *Блок 39.*

Принципы и задачи охраны здоровья. Полномочия органов государственной власти и органов местного самоуправления в сфере охраны здоровья. Организация системы здравоохранения в Российской Федерации. Медицинская помощь. Обеспечение санитарно-эпидемиологической безопасности, обеспечение лекарствами и биомедицинскими препаратами.

- *Блок 40.*

Финансирование в здравоохранении. Модели финансирования здравоохранения в мире. Источники финансирования здравоохранения в России. Финансирование

здравоохранения в условиях обязательного медицинского страхования. Финансовые ресурсы медицинских организаций. Анализ финансово-хозяйственной деятельности медицинского учреждения. Финансовый контроль.

## **МОДУЛЬ 14. РЫНОК МЕДИЦИНСКИХ ТОВАРОВ И УСЛУГ В РФ.**

- *Блок 41.*

Рынок медицинских товаров и услуг. Общие сведения о рынке. Государственное регулирование и саморегулирование рынка медицинских товаров и услуг. Конкуренция на рынке медицинских товаров и услуг. Конкурентные преимущества и конкурентоспособность. Маркетинг на рынке медицинских товаров и услуг. Предпринимательство в медицинской деятельности. Методики комплексного экономического анализа объектов маркетинговой деятельности медицинских организаций. Предпринимательство в медицинской деятельности. Digital-технологии как инструменты продвижения компании на рынке. Оценка использования digital-коммуникаций в сфере продвижения медицинских услуг.