

**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра менеджменту охорони здоров'я

**Силабус навчальної дисципліни**  
**«Маркетинг медичних послуг»**

<b>Обсяг навчальної дисципліни</b>	Загальна кількість годин на дисципліну: 90 годин, 3 кредити ЄКТС. Семестр: II 1 рік навчання.
<b>Дні, час, місце проведення навчальної дисципліни</b>	За розкладом занять. Кафедра менеджменту охорони здоров'я. Одеса, вул. Пастера, 2.
<b>Викладач (-і)</b>	завідувач кафедри, к.е.н., доц. Рудінська Олена Володимирівна доцент кафедри, к.е.н., доц. Кусик Наталія Львівна старший викладач Жмай Олександр Володимирович
<b>Контактна інформація</b>	Довідки за телефонами: Гузь Дар'я Олександрівна, к.е.н., доц., відповідальна за організаційно-виховну роботу кафедри +308962228051 E-mail: <a href="mailto:daria.huz@onmedu.edu.ua">daria.huz@onmedu.edu.ua</a> Дергунова Ольга Ігорівна, к.ю.н., лаборант кафедри +380932368307 E-mail: <a href="mailto:moz@onmedu.edu.ua">moz@onmedu.edu.ua</a> Очні консультації: з 14.00 до 16.00 кожного четверга Онлайн - консультації: з 16.00 до 18.00 кожного четверга. Посилання на онлайн - консультацію надається кожній групі під час занять окремо.

**КОМУНІКАЦІЯ**

Комунікація зі здобувачами вищої освіти буде здійснюватися аудиторно (очно).

Під час дистанційного навчання комунікація здійснюється через платформу Microsoft Teams, а також через листування електронною поштою, месенджери Viber (через створені у Viber групи для кожної групи, окремо через старосту групи).

**АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

*Предмет вивчення дисципліни* - маркетингова діяльність установ сфери охорони здоров'я.

*Пререквізити і постреквізити дисципліни (місце дисципліни в освітній програмі):*

*Пререквізити:* бізнес – планування в сфері охорони здоров'я та фармацевтичному бізнесі, економіка та організація охорони здоров'я та фармацевтичного бізнесу; інформаційно-аналітична підтримка в управлінні закладами охорони здоров'я; медичний та фармацевтичний менеджмент; медичне та фармацевтичне право.

*Постреквізити:* стратегічний менеджмент; управління проєктами в медицині; фінансовий менеджмент; HR-менеджмент з циклом психології управління.

*Мета дисципліни:* оволодіння науково-теоретичними положеннями сучасної теорії маркетингу послуг і засвоєння методів їх практичної реалізації; формування компетентностей щодо теоретичних засад формування та функціонування системи

# МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

## Кафедра менеджменту охорони здоров'я

маркетингової діяльності підприємств сфери послуг; розкриття специфіки маркетингової діяльності закладів охорони здоров'я в Україні; визначення шляхів та резервів розвитку підприємства сфери послуг в сучасних умовах; формування маркетингової стратегії та використання комплексу маркетингу підприємствами сфери послуг.

### *Завдання дисципліни:*

- розглянути сучасну систему методів маркетингового впливу на формування ринкового попиту;
- оволодіти основними поняттями маркетингу послуг та методами вивчення ринку послуг;
- розуміти основні принципи вибору конкурентних маркетингових стратегій діяльності для підприємств, що надають послуги;
- визначення конкурентних позицій закладів охорони здоров'я;
- розуміти основні принципи та підходи до обґрунтування маркетингових рішень у сфері послуг;
- вивчити сучасні методи здійснення маркетингових досліджень у сфері медичних послуг;
- знати послідовність процесу створення системи маркетингу підприємства сфери медичних послуг та основні завдання і специфіку проведення етапів бізнес-планування;
- вивчити комплекс маркетингу ринку послуг та розуміти особливості застосування інструментів маркетингу підприємствами, що надають медичні послуги;
- вивчити особливості застосування сучасних інструментів маркетингу для проведення підприємством рекламних кампаній у сфері послуг та вміти практично вирішувати маркетингові завдання із використанням можливостей Інтернету.

### *Очікувані результати.*

*У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен:*

#### *Знати:*

- сутність маркетингу, його основні положення та напрями використання маркетингової діяльності;
- місце маркетингу в структурі управління та функціонування підприємства;
- основи функціонування та розвитку маркетингу послуг;
- сутність та складові маркетингової політики у сфері маркетингу послуг;
- процес прийняття рішень споживачем та мотиваційні чинники, що на нього впливають;
- елементи програми маркетингу;
- застосування методів аналізу і прогнозування попиту на продукти сфери послуг;
- особливості реалізації комплексу маркетингу підприємства у сфері послуг.

#### *Уміти:*

- аналізувати маркетингове середовище підприємства та визначати основні параметри ринку медичних послуг;
- здійснювати сегментацію ринків і розробляти заходи щодо позиціонування товарів;
- застосовувати сучасні моделі маркетингу послуг;
- визначати концепцію маркетингу послуг, найбільш доцільну до використання у певних умовах;
- обирати ефективні комунікаційні канали для просування і збуту медичних послуг;
- прогнозувати поведінку споживачів залежно від чинників мікро- та макросередовища;
- проводити маркетингові дослідження ринку медичних послуг, систематизувати та аналізувати інформацію;
- розробляти маркетингову політику, створювати умови для розширення спектру послуг та задоволення попиту споживачів.

**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра менеджменту охорони здоров'я

**ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Форми і методи навчання**

Дисципліна буде викладатися у формі лекцій (18 год.); практичних занять (24 год.); організації самостійної роботи здобувача (48 год.).

*Методи навчання.*

*Лекція.*

*Практичні заняття:* словесні методи: бесіда, пояснення, дискусія, обговорення проблемних ситуацій; наочні методи: ілюстрація (у тому числі мультимедійні презентації); практичні методи: виконання тестових завдань, вирішення ситуаційних завдань.

*Самостійна робота:* самостійна робота з рекомендованою основною та додатковою літературою, з електронними інформаційними ресурсами, підготовка до практичних занять; самостійне виконання індивідуального завдання, підготовка доповіді та презентації для захисту індивідуального завдання.

*Зміст навчальної дисципліни*

Тема 1. Сутність та еволюція концепції маркетингу

Тема 2. Характеристика та особливості ринку послуг

Тема 3. Сегментація ринку послуг

Тема 4. Маркетингові дослідження ринку медичних послуг

Тема 5. Особливості маркетингу у сфері медичних послуг. Моделі маркетингу послуг

Тема 6. Маркетингові стратегії закладів охорони здоров'я на ринку медичних послуг

Тема 7. Цінова політика у сфері медичних послуг

Тема 8. Комунікативна політика у сфері послуг

Тема 9. Планування маркетингу у сфері медичних послуг

*Перелік рекомендованої літератури*

*Основна:*

1. Жмай О. В., Філатова М. О. Визначення етичних аспектів застосування нейромаркетингу у сучасних ринкових умовах. *Історія народного господарства та економічної думки України*: зб. наук. праць. 2021. Вип. 54. С. 136-154.
2. Жмай О. В. Становлення та розвиток концепції нейромаркетингу в сучасних умовах. *Ринкова економіка : сучасна теорія і практика управління*. 2018. Т. 17. Вип. 1 (38). С. 157-170.
3. Іванова Л. О. Маркетинг послуг: навчальний посібник / Л. О. Іванова, Б. Б. Семак, О. М. Вовчанська. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с.
4. Кузик О. Маркетинг послуг: технології та стратегії. Львів: Видавництво ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 338 с.
5. Маркетинг для магістрів: навч. посібник / М.М. Єрмошенко, С.А. Єрохін. Київ: Національна академія управління, 2020. 603 с.
6. Маркетингові дослідження: підручник / Т.Б. Решетілова, С.М. Довгань ; М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т. Дніпропетровськ : НГУ, 2015. 357 с.
7. Менеджмент та маркетинг в охороні здоров'я: навчальний посібник / В.І. Борщ, О.В. Рудінська, Н.Л. Кусик. Херсон: Олді+, 2022. 264 с.
8. Основи менеджменту та маркетингу в медицині: навчальний посібник / В.Г. Шутурмінський, Н.Л. Кусик, О.В. Рудінська. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2020. 176 с.

**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Кафедра менеджменту охорони здоров'я**

9. Шканова О.М. Маркетинг послуг: навчальний посібник. Київ: "Кондор", 2017. 302 с.

*Додаткова:*

1. Жмай О., Чепурна Л. Як сила бренду впливає на діяльність організації. *Інноваційне підприємництво: стан та перспективи розвитку* : зб. матеріалів VI Всеукр. наук.-практ. конф., 29–30 берез. 2021 р. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана» [та ін.] ; [орґком.: Рєпіна І. М. (голова) та ін.]. Київ: КНЕУ, 2021. С. 95–97.
2. Zhmai A.V., Cherpurna L.V. Influence of human capital on the formation of a company brand. Сучасний менеджмент: тенденції, проблеми та перспективи розвитку: VIII Міжнародна науково-практична конференція: тези доповідей. Дніпро, 3 грудня 2021 р. – Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2021. – с. 153-154.
3. Жмай О. В., Якімова І. А. Управління іміджем керівника. *Сучасний менеджмент : моделі, стратегії, технології* : матеріали XXI Всеукр. щоріч. студент. наук.-практ. конф. за міжнарод. участю. 23 квіт. 2020 р. Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2020. С. 254-255.
4. Храбатин О.І., Яворська Л.В. Маркетинг: навчальний посібник. / За наук. ред. О. А. Тимчик. Київ : Видавництво, 2014. 284 с.

**ОЦІНЮВАННЯ**

*Форми і методи поточного контролю:*

- усний контроль: індивідуальне опитування за питаннями відповідної теми;
- письмовий контроль: оцінювання розв'язання ситуаційних завдань, оцінювання виконання індивідуального завдання;
- тестовий контроль: оцінювання виконання тестових завдань за темами.

**Критерії поточного оцінювання на практичному занятті**

<b>Оцінка</b>	<b>Критерії оцінювання</b>
Відмінно «5»	Здобувач бере активну участь у занятті; демонструє глибокі знання, дає повні та детальні відповіді на запитання; бере активну участь у обговоренні проблемних ситуацій, користується додатковою навчально-методичною та науковою літературою; вміє сформулювати своє ставлення до певної проблеми; висловлює власні міркування, наводить доцільні приклади; вміє знаходити найбільш адекватні форми розв'язання суперечностей. Тестові завдання виконані в повному обсязі, всі 100% відповідей на запитання є правильними, відповіді на відкриті питання – повні та обґрунтовані. Здобувач вільно вирішує ситуаційні завдання, впевнено демонструє практичні навички за темою заняття та вірно інтерпретує отримані дані, висловлює власну креативну думку з теми завдання, демонструє творче мислення.
Добре «4»	Здобувач бере участь у занятті; добре володіє матеріалом; демонструє необхідні знання, але дає відповіді на запитання з деякими помилками; бере участь у обговоренні проблемних ситуацій, користується основною навчально-методичною та науковою літературою; висловлює власну думку з теми заняття. Тестові завдання виконані в повному обсязі, не менш ніж 70% відповідей на запитання є правильними, відповіді на відкриті питання - загалом правильні, проте наявні деякі помилки у визначеннях. Здобувач вірно вирішує ситуаційні завдання, але допускає незначні неточності та демонструє більш стандартизовані практичні навички за темою заняття при вірній інтерпретації отриманих даних, висловлює власну думку з теми завдання, демонструє критичне мислення.

**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Кафедра менеджменту охорони здоров'я**

Задовільно «3»	Здобувач іноді бере участь у занятті; частково виступає і задає питання; допускає помилки під час відповідей на запитання; показує пасивну роботу на семінарських заняттях; показує фрагментарні знання понятійного апарату і літературних джерел. Тестування виконано в повному обсязі, не менш ніж 50% відповідей є правильними, відповіді на відкриті питання - не логічні, з явними суттєвими помилками у визначеннях. Здобувач не достатньо володіє матеріалом для вирішення ситуаційних завдань, невпевнено демонструє практичні навички за темою заняття та інтерпретує отримані дані з суттєвими помилками, не висловлює свою думку з теми ситуаційного завдання.
Незадовільно «2»	Здобувач не бере участь у занятті, є лише спостерігачем; ніколи не виступає і не задає питання, незацікавлений у вивченні матеріалу; дає неправильні відповіді на запитання, показує незадовільне знання понятійного апарату і літературних джерел. Тестування не виконано. Ситуаційне завдання не виконано.

*Форми і методи підсумкового контролю:* залік.

Залік виставляється здобувачу, який виконав усі завдання робочої програми навчальної дисципліни, приймав активну участь у практичних заняттях, виконав та захистив індивідуальне завдання та має середню поточну оцінку не менше ніж 3,0 і не має академічної заборгованості.

### **САМОСТІЙНА РОБОТА ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

*Самостійна робота:*

- самостійна робота з рекомендованою основною та додатковою літературою, з електронними інформаційними ресурсами, підготовка до практичних занять;
- самостійне виконання індивідуального завдання, підготовка доповіді та презентації для захисту індивідуального завдання.

### **ПОЛІТИКА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

*Політика щодо дедлайнів та перекладання:*

- Пропуски занять з неповажних причин відпрацьовуються за розкладом черговому викладачу.
- Пропуски з поважних причин відпрацьовуються за індивідуальним графіком з дозволу деканату.

*Політика щодо академічної доброчесності:*

Обов'язковим є дотримання академічної доброчесності здобувачами, а саме:

- самостійне виконання всіх видів робіт, завдань, форм контролю, передбачених робочою програмою даної навчальної дисципліни;
- посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

Неприйнятними у навчальній діяльності для учасників освітнього процесу є:

- використання родинних або службових зв'язків для отримання позитивної або вищої оцінки під час здійснення будь-якої форми контролю результатів навчання або переваг у науковій роботі;
- використання під час контрольних заходів заборонених допоміжних матеріалів або

# МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

## Кафедра менеджменту охорони здоров'я

технічних засобів (шпаргалок, конспектів, мікро-навушників, телефонів, смартфонів, планшетів тощо);

- проходження процедур контролю результатів навчання підставними особами.

За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності:

- зниження результатів оцінювання індивідуального опитування, виконання тестових завдань, оцінки за розв'язання ситуаційних завдань, виконання індивідуального завдання, заліку тощо;
- повторне проходження оцінювання (тестових завдань, ситуаційних завдань, індивідуального завдання, заліку тощо);
- призначення додаткових контрольних заходів (додаткові ситуаційні завдання, індивідуальні завдання, тести тощо);
- проведення додаткової перевірки інших робіт авторства порушника.

*Політика щодо відвідування та запізень:*

Стан здоров'я: здобувачі хворі на гострі інфекційні захворювання, у тому числі на респіраторні хвороби, до заняття не допускаються. Запізнення на заняття – не припустимі. Здобувач, який спізнився на заняття, може бути на ньому присутній, але якщо в журналі викладач поставив «нб», він повинен його відпрацювати у загальному порядку.

*Використання мобільних пристроїв:*

Використання будь-яких мобільних пристроїв заборонено. При порушенні даного пункту здобувач має покинути заняття та в журналі викладач ставить «нб», яку він повинен відпрацювати у загальному порядку.

Мобільні пристрої можуть бути застосовані здобувачами з дозволу викладача, якщо вони потрібні для виконання завдання.

*Поведінка в аудиторії:*

Поведінка здобувачів та викладачів в аудиторіях має бути робочою та спокійною, суворо відповідати правилам, встановленим Положенням про академічну доброчесність та етику академічних взаємин в Одеському національному медичному університеті, у відповідності до Кодексу академічної етики та взаємин університетської спільноти Одеського національного медичного університету, Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату у науково-дослідній та освітній роботі здобувачів вищої освіти, науковців та викладачів Одеського національного медичного університету.