

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра менеджменту охорони здоров'я

Силабус навчальної дисципліни
«Маркетингові дослідження у сфері охорони здоров'я»

Обсяг навчальної дисципліни	Загальна кількість годин на дисципліну: 120 годин, 4 кредити ЄКТС.
Дні, час, місце проведення навчальної дисципліни	За розкладом занять. Кафедра менеджменту охорони здоров'я. Одеса, вул. Пастера, 2а
Викладач (-і)	професор кафедри, д.е.н., проф. Кордзая Натела Ревазівна
Контактна інформація	Довідки за телефонами: Кусик Наталія Львівна, к.е.н., доц., відповідальна за навчально-методичну роботу кафедри 067-728-56-12 E-mail: nataliia.kusyk@onmedu.edu.ua Фомичова Марія Павлівна, лаборант кафедри 067-970-30-04 E-mail: moz@onmedu.edu.ua 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 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 - теоретико-методологічні, методичні і змістовні аспекти організації і проведення маркетингових досліджень, використання їх результатів у процесі маркетингу у сфері охорони здоров'я. Вивчення дисципліни забезпечить майбутнім фахівцям як теоретичну, так і практичну основу для застосування інструментарію маркетингових досліджень у практиці функціонування суб'єктів господарювання у сфері охорони здоров'я.

Мета дисципліни: вивчення сутності основних понять та категорій маркетингового дослідження, з'ясування його складових процесів і функцій; розвиток навичок використання прийомів, способів та інструментів практичного здійснення маркетингових досліджень, засвоєння науково-понятійного апарату проведення маркетингових досліджень

Завдання навчальної дисципліни:

1. засвоєння теоретичного матеріалу та набуття практичних навичок щодо проведення маркетингових досліджень товарів та послуг у сфері охорони здоров'я.

2. Вивчення методів аналізу ринкової ситуації, стану і тенденцій розвитку ринку товарів і послуг, потенціалу підприємства і потенціалу ринку в цілому, способів аналізу конкурентної боротьби.

3. Набуття навичок творчого пошуку резервів удосконалення маркетингової діяльності підприємства за результатами досліджень.

Очікувані результати:

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен:

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра менеджменту охорони здоров'я

Знати:

- відповідні поняття, категорії, системами та алгоритмами маркетингових досліджень у сфері охорони здоров'я;
- практичні навичок проведення відповідних досліджень у сфері охорони здоров'я;
- здатності до творчого пошуку напрямів і ресурсів поліпшення маркетингової діяльності підприємств у сфері охорони здоров'я.

Вміти:

- організовувати та проводити маркетингового дослідження на ринку товарів і послуг у сфері охорони здоров'я, розробки програми дослідження, підготовки інтерв'юерів;
- визначати проект вибірки, обробки інформації, що зібрана в результаті маркетингового дослідження з використанням персонального комп'ютера;
- досліджувати кон'юнктури товарного ринку, скласти певний варіант звіту за результатами дослідження кон'юнктури ринку товару;
- обґрунтувати найбільш ефективні методи прогнозування продажів товарів та здійснення відповідних розрахунків за обраним методом;
- визначати етап життєвого циклу товару та основних параметрів кожного етапу, що пов'язані з витратами на маркетинг, обсягом продаж, прибутками;
- скласти план маркетингу на підприємстві у сфері охорони здоров'я для конкретного товару, товарної групи, сегменту ринку, регіону ринку тощо.

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Форми і методи навчання:

Дисципліна буде викладатися у формі лекцій; практичних занять; організації самостійної роботи здобувача.

Методи навчання:

Лекції:

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. Система маркетингових досліджень

Знати і розуміти основні поняття та інструменти маркетингових досліджень у сфері охорони здоров'я. Практичні навички: робити моніторинг та підбір основних нормативно-правових актів, які регламентують процес проведення маркетингових досліджень в Україні та світі

Тема 2. Маркетингова інформація.

Знати і розуміти необхідність та значущість маркетингової інформації; вміти класифікувати маркетингову інформацію; знати вимоги до інформації у маркетингових дослідженнях; використовувати джерела вторинної маркетингової інформації. Практичні навички: розрізняти та аналізувати джерела кон'юнктурної інформації.

Тема 3. Методи збору маркетингової інформації

Знати та розуміти методи збирання первинної інформації, методи комунікацій при проведенні опитування, використовувати експеримент як метод збирання маркетингової інформації, знати способи та алгоритм опитування споживачів, застосовувати методику

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра менеджменту охорони здоров'я

розробки опитувального листа, вміти здійснювати розробку опитувальних анкет, розуміти проблеми вимірювання, знати сутність та методологію проведення моніторингу, використовувати метод “фокус-групи” у маркетингових дослідженнях, знати методику проведення омнібусу. Практичні навички: розробка анкети, організація та проведення анкетного опитування; складання плану методу опитування фокус-група, проведення фокус-групи; організація групового інтерв'ю.

Тема 4. Обробка та аналіз результатів маркетингового дослідження

Знати й розуміти процедури у організації маркетингового дослідження, розрізняти етапи розробки вибіркового плану дослідження, знати типи вибірок та їх характеристика, застосовувати методи визначення обсягу вибірки та помилки вибірки, аналізувати інформацію під час проведення маркетингових досліджень, знати показники, які використовують під час аналізу даних, а також характеристик у методів аналізу даних, вміти скласти звіт маркетингового дослідження, знати його структур у та процедуру підготовки. Практичні навички: вміти проводити аналіз та робити висновки щодо правильності та результатів маркетингових досліджень ринку у сфері охорони здоров'я.

Тема 5. Дослідження конкурентного середовища і конкурентів

Знати і розуміти такі поняття як сутність конкуренції, її типологія, поняття конкурентного аналізу, його цілі та завдання, значення асортиментної політики в конкурентному аналізі, аналіз конкурентних стратегій. бенчмаркінг та інноваційна політика як інструменти визначення конкурентоспроможності. Практичні навички: проводити порівняльний аналіз конкурентів.

Перелік рекомендованої літератури:

Основна:

1. Квятко Т.М., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Бабко Н.М., Романюк І.А., Вітковський Ю.П., Микитась А.В. Маркетингові дослідження: навч. посібн. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с
2. Маркетингові дослідження: навч.посіб./ Безугла Л.С., Ільченко Т.В., Юрченко Н.І. та ін. Дніпро: Видавець Біла К.О., 2019. 300с.
3. Барабанова В.В. Маркетингові дослідження [Текст]: навч. посіб. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2020. 136 с.
4. Жегус О. В., Попова Л. О., Парцирна Т. М. Маркетингові дослідження ринку : монографія. Х.: ХДУХТ, 2016. 176 с
5. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. К.: Комп'ютерне видавництво «Діалектика», 2020. 880 с
6. Летуновська Н. Є. Маркетинг у туризмі : підручник / Н. Є. Летуновська, О. В. Люльов. – Суми : Сумський державний університет, 2020. – 270 с.

Додаткова:

1. Гліненко Л.К., Дайновський Ю.А. Цифрові маркетингові комунікації в Україні в аспекті готовності споживачів / Маркетинг і цифрові технології.Том 6. №1.2022.
2. Лирик І. Роль маркетингових досліджень в Україні 2020 рік: експертна оцінка та аналіз УАМ // Маркетинг в Україні. 2021.
3. Храпкіна В.В., Кузнєцова К.В. Роль маркетингових досліджень у забезпеченні ефективної роботи підприємств. ДонДУУ "Менеджер". №2(83). 2019. С.42-51.
4. Шандрівська О.Є., Цветковська А.В. Дослідження фармацевтичного ринку України : у фокусі концентрація ринку .Вісник нац. ун-ту "Львівська політехніка". Серія "Проблеми економіки та управління".№1 (9).2022. С.56-68.
5. Дж. Траут, Ел Райс Маркетингові війни. Харків: Фабула, 2019.204 с.
6. А. Світвуд Маркетингова аналітика. Київ: Наш формат, 2019. 152 с.

Електронні інформаційні ресурси:

1. Українська асоціація маркетингу (УАМ). <https://www.uam.in.ua/>
2. Журнал Маркетинг в Україні . - Режим доступу <https://www.uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php> ...

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра менеджменту охорони здоров'я

3. Офіційний сайт Державної служби статистики України.
<http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Сайт міністерства економіки України: <http://www.me.gov.ua>

ОЦІНЮВАННЯ

Форми і методи поточного контролю: усний (опитування), тестування, оцінювання виконання практичних вправ, оцінювання комунікативних навичок, розв'язання ситуаційних клінічних завдань, оцінювання активності на занятті та самостійної роботи студентів.

Критерії поточного оцінювання на практичному занятті

Оцінка	Критерії оцінювання
Відмінно «5»	Здобувач бере активну участь на 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 (в т.ч. розрахункові), 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 на 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 (в т.ч. розрахункові), 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.
Задовільно «3»	Здобувач іноді бере участь на занятті; частково виступає і задає питання; допускає помилки під час відповідей на запитання; показує пасивну роботу на практичних 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 (в т.ч. розрахункові), невпевнено демонструє практичні навички за темою заняття та інтерпретує отримані дані з суттєвими помилками, не висловлює свою думку з теми ситуаційного завдання.

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра менеджменту охорони здоров'я

Незадовільно «2»	Здобувач не бере участь на 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 індивідуальне завдання та має середню поточну оцінку не менше ніж 3,0 і не має академічної заборгованості.

САМОСТІЙНА РОБОТА ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

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

Критерії оцінювання індивідуального завдання

Оцінка	Критерії оцінювання
Відмінно «5»	Індивідуальне завдання та презентація виконані самостійно та оригінально, оформлення відповідає вимогам, завдання повністю розроблене за пропонованою структурою; здобувач вільно презентує матеріал; зміст презентації не перевантажений слайдами з текстовим матеріалом; здобувач формулює самостійні ґрунтовні судження, які підкріплені фактичними доказами, інформація на слайдах подана переважно схематично із використанням самостійно розроблених схем, малюнків, графіків, містить посилання на джерела, які відповідно оформлені та є актуальними.
Добре «4»	Індивідуальне завдання та презентація виконані самостійно, оформлення відповідає вимогам, завдання розроблене за пропонованою структурою із незначними порушеннями; аналіз самостійний, але містить незначні неточності; здобувач добре пояснює матеріал, формулює самостійні висновки; інформація у презентації подана переважно із використанням самостійно розроблених схем, малюнків, графіків, містить посилання на джерела, які відповідно оформлені та є актуальними.
Задовільно «3»	Індивідуальне завдання та презентація виконані самостійно, оформлення відповідає вимогам із незначними порушеннями, завдання частково розроблене за пропонованою структурою; аналіз лише теоретичний, описовий та містить неточності; здобувач пояснює матеріал не впевнено, формулює лише загальні висновки (або взагалі не може їх сформулювати), інформація у презентації подана з посиланням на джерела, однак вони оформлені із помилками.
Незадовільно «2»	Індивідуальне завдання не виконано. Не зараховуються індивідуальні завдання та презентації, які виконані не самостійно або запозичені з мережі Інтернет.

ПОЛІТИКА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Політика щодо дедлайнів та перескладання:

- Пропуски занять з неповажних причин відпрацьовуються за розкладом черговому

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра менеджменту охорони здоров'я

викладачу.

- Пропуски з поважних причин відпрацьовуються за індивідуальним графіком з дозволу деканату.
- Перескладання незадовільної оцінки проводиться в дні консультацій і відпрацювань; при дистанційному навчанні – в терміни, визначені й узгоджені з викладачем.

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 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 контрольної роботи, оцінки на занятті, заліку тощо;
- повторне проходження оцінювання (контрольної роботи, заліку тощо);
- призначення додаткових контрольних заходів (додаткові індивідуальні завдання, контрольні роботи, тести тощо);
- проведення додаткової перевірки інших робіт авторства порушника.

Політика щодо відвідування та запізнь:

Відвідування всіх видів аудиторних занять (лекцій, практичних занять) є обов'язковим.

Форма одягу: медичний халат, який повністю закриває верхній одяг, або лікарська піжама, шапочка, маска, змінне взуття.

Обладнання: зошит, ручка, методичні вказівки, альбом.

Стан здоров'я: здобувачі хворі на гострі інфекційні захворювання, у тому числі на респіраторні хвороби, до заняття не допускаються.

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:

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.