



федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
Первый Московский государственный медицинский университет имени И.М. Сеченова
Министерства здравоохранения Российской Федерации
(Сеченовский Университет)

Утверждено
Ученый совет ФГАОУ ВО Первый МГМУ
им. И.М. Сеченова Минздрава России
(Сеченовский Университет)
«20» января 2021
протокол №1

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг в стоматологии

основная профессиональная Высшее образование - специалитет - программа специалитета
31.00.00 Клиническая медицина
31.05.03 Стоматология

Цель освоения дисциплины Маркетинг в стоматологии

Цель освоения дисциплины: участие в формировании следующих компетенций:

ПК-14; Способность к применению основных принципов организации и управления в сфере охраны здоровья граждан, в медицинских организациях и их структурных подразделениях (ПК-14)

Требования к результатам освоения дисциплины.

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

п/№	Код компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Индикаторы достижения компетенций:			
			Знать	Уметь	Владеть	Оценочные средства
1	ПК-14	Способность к применению основных принципов организации и управления в сфере охраны здоровья граждан, в медицинских организациях и их	методы маркетинговых исследований; основы маркетинговых коммуникаций. теоретические и практические подходы к	анализовать внешнюю и внутреннюю среду предприятия, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; использовать информацию	методами разработки и реализации маркетинговых программ	Тест по маркетингу для стоматологов



		структурных подразделений (ПК-14)	источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации	, полученную в результате маркетинговых исследований.		
--	--	-----------------------------------	--	---	--	--

Разделы дисциплины и компетенции, которые формируются при их изучении

п/№	Код компетенции	Наименование раздела/темы дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах	Оценочные средства
1	ПК-14	1. Основные понятия маркетинга 1.1 Этапы развития маркетинга как науки. Современная концепция маркетинга.	понятие маркетинга, инструментарий	Тест по маркетингу для стоматологов
2	ПК-14	2. Рынок и поведение потребителей на рынке 2.1 Анализ рынка. Признаки рынка. Понятие спроса и предложения.	рынок, спрос и предложение	Тест по маркетингу для стоматологов
3	ПК-14	3. Маркетинговая среда 3.1 Предприятие и его окружение. Поставщики и покупатели, Конкуренты и контактные аудитории,	внешняя и внутренняя среда медицинского предприятия	Тест по маркетингу для стоматологов
4	ПК-14	4. Отбор целевых рынков: сегментирование и позиционирование 4.1 Понятие сегментации рынка, ее роль в маркетинге. Позиционирование на рынке	сегментация и позиционирование на рынке	Тест по маркетингу для стоматологов



5	ПК-14	5. Товарная политика в маркетинговой деятельности предприятия 5.1 Товар как элемент системы маркетинга. Классификация товаров. Жизненный цикл продукции	товарная политика	Тест по маркетингу для стоматологов
6	ПК-14	6. Цена и ценовая политика в деятельности 6.1 Виды цен, способы и методы ценообразования.	ценовая политика	Тест по маркетингу для стоматологов
7	ПК-14	7. Распространение (каналы распределения) товаров на рынке 7.1 Каналы распределения и товародвижения. Виды и выбор каналов продвижения продуктов.	товародвижение	Тест по маркетингу для стоматологов
8	ПК-14	8. Коммуникации и коммуникационная политика в маркетинге 8.1 Комплекс маркетинговых коммуникаций.	реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью, прямой маркетинг и личные продажи	Тест по маркетингу для стоматологов

Виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость		Трудоемкость по семестрам (Ч)
	объем в зачетных единицах (ЗЕТ)	Объем в часах (Ч)	Семестр 6



Контактная работа, в том числе		36	36
Консультации, аттестационные испытания (КАтт) (Экзамен)		4	4
Лекции (Л)		8	8
Лабораторные практикумы (ЛП)			
Практические занятия (ПЗ)		24	24
Клинико-практические занятия (КПЗ)			
Семинары (С)			
Работа на симуляторах (РС)			
Самостоятельная работа студента (СРС)		36	36
ИТОГО	2	72	72

Разделы дисциплин и виды учебной работы

№	№ семестра	Наименование раздела дисциплины	Виды учебной работы (Ч)								
			Л	ЛП	ПЗ	КПЗ	С	КАтт	РС	СРС	Всего
	Семестр 6	Часы из АУП	8		24			4		36	72
1		.Основные понятия маркетинга	1		2					4	7
2		Рынок и поведение потребителей на рынке	1		2					4	7
3		Маркетинговая среда	1		4					6	11
4		Отбор целевых рынков: сегментирование и позиционирование	1		2					4	7
5		Товарная политика в маркетинговой деятельности предприятия	1		2					4	7
6		Цена и ценовая политика в деятельности	1		4					4	9
7		Распространение (каналы распределения) товаров на рынке	1		4					4	9
8		Коммуникации и коммуникационная политика в маркетинге	1		4					6	11
		ИТОГ:	8		24			4		36	68

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Перечень основной литературы



№	Наименование согласно библиографическим требованиям
1	Егоров, Ю. Н. Управление маркетингом : учебник / Ю.Н. Егоров. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 238 с.
2	Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Практика : учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 406 с.

Перечень дополнительной литературы

№	Наименование согласно библиографическим требованиям
1	Тультаев, Т. А. Маркетинг услуг : учебник / Т.А. Тультаев. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 208 с.
2	Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – 15-е изд. – Санкт–Петербург [и др.]: Питер, Прогресс книга, 2020. – 844 с. https://zavtrasessiya.com/index.pl?act=PRODUCT&id=1047

Перечень электронных образовательных ресурсов

№	Наименование ЭОР	Ссылка
1	Внешние ссылки на маркетинг (видеолекции)	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»
2	Тест по маркетингу для стоматологов	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»
3	Учебное пособие по маркетингу	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»

Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	№ учебных аудиторий и объектов для проведения занятий	Адрес учебных аудиторий и объектов для проведения занятий	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий, объектов физической культуры и спорта с перечнем основного оборудования
1		127018, г. Москва, ул. Складочная, д. 1, стр. 17	Экран настенный в количестве 1 шт. Стол ученический 6-ая группа роста в количестве 20 шт. Стул аудиторный 6-ая группа роста



			в количестве 40 шт. Доска комбинированная трехэлементная 1 шт. Портативный видеопроектор 1 шт. Ноутбук 1 шт.
2	1-17	127018, г. Москва, ул. Складочная, д. 1, стр. 17	Экран настенный в количестве 1 шт. Стол ученический 6-ая группа роста в количестве 10 шт. Стул аудиторный 6-ая группа роста в количестве 20 шт. Доска комбинированная трехэлементная 1 шт. Портативный видеопроектор 1 шт. Ноутбук 1 шт.

Рабочая программа дисциплины разработана кафедрой Экономики и менеджмента ИСН

