



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

основная профессиональная Высшее образование - магистратура - программа магистратуры
38.00.00 Экономика и управление
38.04.02 Менеджмент
Менеджмент в здравоохранении

Цель освоения дисциплины Маркетинг

Цель освоения дисциплины: участие в формировании следующих компетенций:

ОПК-1; Готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1)

ПК-5; Владеть методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-5)

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	ОПК-1	Готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1)	особенности коммуникационных процессов, приемы маркетинговых коммуникаций	составлять и анализировать целевую аудиторию, каналы маркетинга	профессиональными терминами в маркетинговых исследованиях	Тесты по маркетингу для направления "Менеджмент"



2	ПК-5	Владеть методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-5)	основные законы, категории и алгоритмы поведения потребителем рынков медицинских услуг. Специфику предложения на медицинском рынке	осуществлять сегментирование и позиционирование благ и организаций	приемами digital маркетинга	Тесты по маркетингу для направления "Менеджмент"
---	------	--	--	--	-----------------------------	--

Разделы дисциплины и компетенции, которые формируются при их изучении

п/№	Код компетенции	Наименование раздела/темы дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах	Оценочные средства
1	ОПК-1, ПК-5	1. Маркетинг в системе экономических наук: сущность и значение 1.1 Маркетинг как наука 1.2 Маркетинг в ретроспективе: история современность	Предмет и объект маркетинга. Концепции маркетинга как науки будущего. Проблемы и противоречия маркетинга. "хитрые уловки" маркетинга. Основные категории, функции и "сущности" маркетинга Маркетинг как функция менеджмента. Производственная концепция и концепция "чистого маркетинга" - смена парадигмы. Холистический маркетинг - новые аспекты. Маркетинг взаимодействия как концепция будущего	Тесты по маркетингу для направления "Менеджмент" Тесты по маркетингу для направления "Менеджмент"
2	ОПК-1, ПК-5	2. Маркетинговый процесс в организации 2.1 Анализ рыночных возможностей организации	Этапы маркетингового процесса. Маркетинговая информация и МИС. АРВ как первый этап процесса маркетинга. Первичная и вторичная информация:	Тесты по маркетингу для направления "Менеджмент"



		<p>2.2 Потребитель в маркетинге: типы и коммуникации</p> <p>2.3 Позиционирование организации на рынке</p> <p>2.4 Комплекс маркетинга: сущность, элементы, значение</p>	<p>достоинства и недостатки. Маркетинговая среда организации и методы её анализа.</p> <p>Конечный потребитель и профессиональный покупатель: единство и различия. Коммуникации, обусловленные типом конечного потребителя. Модели поведения покупателей. Процесс принятия решений и факторы, его обуславливающие.</p> <p>Маркетинговая позиция и позиционирование организации. параметры и методы позиционирования. Модели позиционирования Райса и Траута. матрица позиционирования. Репозиционирование организации: необходимость и механизмы.</p> <p>Комплекс как ядро маркетингового процесса. Четыре "Р" как основа комплекса маркетинга. Особенности и этапы разработки товара. Ценообразование: сущность и основные методы. Дистрибуция: этапы работы с дистрибьюторами, риски и управление рисками. Продвижение товара на рынке. Новейшие методы продвижения и цифровизация экономики. Реклама: способы и особенности рекламного продвижения медицинской организации.</p>	<p>Тесты по маркетингу для направления "Менеджмент"</p> <p>Тесты по маркетингу для направления "Менеджмент"</p> <p>Тесты по маркетингу для направления "Менеджмент"</p>
3	ОПК-1, ПК-5	<p>3. Маркетинговый процессв организации</p> <p>3.1 Отбор целевых рынков</p>	<p>Сегментирование: содержание и функции. Методы и общие этапы сегментирования. Целевые рынки и матрица клиентов. Ключевой клиент - механизм стратегии и тактики. Сопровождаемый клиент - вызовы и преодоление противоречий. Многосегментные</p>	<p>Тесты по маркетингу для направления "Менеджмент"</p>



	Семестр 1	Часы из АУП	4	8				78	90
1		Маркетинг в системе экономических наук: сущность и значение	2	4				30	36
2		Маркетинговый процесс в организации	2	4				48	54
		ИТОГ:	4	8				78	90
	Семестр 2	Часы из АУП	4	8		8		70	90
1		Маркетинговый процесс в организации	2	4				35	41
2		Маркетинговый процесс в организации	1	2				20	23
3		Стратегия медицинской организации	1	2				15	18
		ИТОГ:	4	8		8		70	82

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Перечень основной литературы

№	Наименование согласно библиографическим требованиям
1	Герасимов Б. И. Маркетинг. — М : Форум, 2018 (Электронный ресурс) http://edu.rucml.ru/find?idb=18&ID=RU\IBOOK\BOOKS\361355
2	Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 474 с.
3	Рыжикова, Т. Н. Маркетинг: экономика, финансы, контроллинг : учебное пособие / Т. Н. Рыжикова. – Москва : ИНФРА-М, 2019. – 225 с.

Перечень дополнительной литературы

№	Наименование согласно библиографическим требованиям
1	Журналы: 1. "Маркетинг в России и за рубежом", 2. "Маркетинг и маркетинговые исследования", 3. "Маркетинг услуг"
2	Кайдашова А. К. Маркетинг профессиональных образовательных услуг : учебное пособие. — М : Флинта, 2020 (Электронный ресурс) http://edu.rucml.ru/find?idb=18&ID=RU\IBOOK\BOOKS\352460

Перечень электронных образовательных ресурсов

№	Наименование ЭОР	Ссылка
1	Внешние ссылки на маркетинг (видеолекции)	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»



2	Тесты по маркетингу для направления "Менеджмент"	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»
3	100 тестов для ЦТ по дисциплине МАРКЕТИНГ	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»
4	Курс лекций по маркетингу	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»
5	Вопросы к экзамену по дисциплине "Маркетинг"	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»
6	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	Мультимедийное устройство, доска, столы в количестве 30 штук
2	1-17	127018, г. Москва, ул. Складочная, д. 1, стр. 17	Мультимедийное устройство, доска, столы в количестве 7 штук
3	1-19	127018, г. Москва, ул. Складочная, д. 1, стр. 17	Мультимедийное оборудование, столы в количестве 7 штук

Рабочая программа дисциплины разработана кафедрой Экономики и менеджмента ИСН

