



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

Социальный маркетинг

основная профессиональная Высшее образование - магистратура - программа магистратуры
39.00.00 Социология и социальная работа
39.04.01 Социология
Социология медицины

Цель освоения дисциплины Социальный маркетинг

Цель освоения дисциплины: участие в формировании следующих компетенций:

ПК-1; Способен разрабатывать модели и методы описания и объяснения социальных явлений и процессов

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-1	Способен разрабатывать модели и методы описания и объяснения социальных явлений и процессов	Знать теоретическое и методологические основы социального маркетинга	Уметь применять на практике методы и инструменты маркетинга социальной сферы	Владеть навыками применения современных маркетинговых исследований социальной сферы	ТЕСТ Медико-социологическое исследование

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-1	1. 1.Маркетинг в системе охраны здоровья населения РФ 1.1 1. Концепция социального маркетинга	Виды и типы современного маркетинга. Концепции маркетинга, соотношение интересов общества и потребителей.	ТЕСТ Медико-социологическое исследование
2	ПК-1	2. 2.Основные различия между коммерческим и некоммерческим видами маркетинга 2.1 2.Основные отличия социального маркетинга от коммерческого	Сущность и содержание социального маркетинга. Цели, задачи и роль социального маркетинга. Особенности социального маркетинга, его основные отличия от коммерческого маркетинга. Социальная реклама и брендинг как технологии социального маркетинга	ТЕСТ Медико-социологическое исследование
3	ПК-1	3. 3. План проведения кампании по социальному маркетингу 3.1 3.Особенности применения маркетинга в российском здравоохранении 3.2 4. Рынок медицинских услуг и его изучение методами социального маркетинга	Современное состояние маркетинга медицинских услуг. Условия и принципы применения маркетинга в системе охраны здоровья населения в РФ. Использование методов социального маркетинга для гармонизации интересов субъектов ОМС. Планирование маркетинга в социальной сфере. Социально-значимые проекты и программы в сфере здравоохранения	ТЕСТ Медико-социологическое исследование ТЕСТ Медико-социологическое исследование

Виды учебной работы



Вид учебной работы	Трудоемкость		Трудоемкость по семестрам (Ч)
	объем в зачетных единицах (ЗЕТ)	Объем в часах (Ч)	Семестр 3
Контактная работа, в том числе		16	16
Консультации, аттестационные испытания (КАтг) (Экзамен)		4	4
Лекции (Л)		4	4
Лабораторные практикумы (ЛП)			
Практические занятия (ПЗ)		8	8
Клинико-практические занятия (КПЗ)			
Семинары (С)			
Работа на симуляторах (РС)			
Самостоятельная работа студента (СРС)		74	74
ИТОГО	3	90	90

Разделы дисциплин и виды учебной работы

№	№ семестра	Наименование раздела дисциплины	Виды учебной работы (Ч)								
			Л	ЛП	ПЗ	КПЗ	С	КАтг	РС	СРС	Всего
	Семестр 3	Часы из АУП	4		8			4		74	90
1		1.Маркетинг в системе охраны здоровья населения РФ	1		2					18	21
2		2.Основные различия между коммерческим и некоммерческим видами маркетинга	1		2					18	21
3		3. План проведения кампании по социальному маркетингу	2		4					38	44
		ИТОГ:	4		8			4		74	86

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Перечень основной литературы

№	Наименование согласно библиографическим требованиям
1	Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. – 5-е изд., перераб. и



	доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 559 с.
2	Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности : учебник / под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, С.Н. Андреева. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 589 с.
3	«Современный передовой уровень Искусственного интеллекта для умной медицины», РЕМЕДИУМ № 4 (265), 2019, с. 36-43
4	"Социологическая траектория в становлении ИИ: вызовы неопределенности" // Проектирование будущего. Проблемы цифровой реальности: труды 3-й Международной конференции (6-7 февраля 2020 г., Москва).— М.: ИПМ им. М.В.Келдыша, 2020. — С. 241-251

Перечень дополнительной литературы

№	Наименование согласно библиографическим требованиям
1	Reshetnikov A. V. Sociology of medicine - М.: GEOTAR-Media, 2020/- 368 p.
2	Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – 15-е изд. – Спб. : Питер, 2018. – 848 с.

Перечень электронных образовательных ресурсов

№	Наименование ЭОР	Ссылка
1	ТЕСТ Медико-социологическое исследование	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»
2	Видео лекция Медицинское страхование https://vimeo.com/398758675/b2852ed687	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		123001, г. Москва, пер. Большой Патриарший, д. 3, стр. 1	

Рабочая программа дисциплины разработана кафедрой Социологии медицины, экономики здравоохранения и медицинского страхования ИСН



**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП

Сертификат: 0610 3BF0 00CC AD13 B045 F90E 5F2F 9D6C F5
Кому выдан: Глыбочко Петр Витальевич
Действителен: с 25.10.2021 по 25.01.2023