

**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)  
«15» июня 2023  
протокол №6

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Маркетинговые коммуникации

основная профессиональная Высшее образование - магистратура - программа магистратуры

32.00.00 Науки о здоровье и профилактическая медицина

32.04.01 Общественное здравоохранение

Деловое администрирование в здравоохранении

**Цель освоения дисциплины Маркетинговые коммуникации**

Цель освоения дисциплины: участие в формировании следующих компетенций:

ОПК-2; Способность использовать информационные технологии в профессиональной деятельности, соблюдать основные требования информационной безопасности

ОПК-5; Способность к организации публичных мероприятий для решения задач профессиональной деятельности, в том числе с международными партнерами

**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-2	Способность использовать информационные технологии в профессиональной деятельности, соблюдать	Сущность и специфику основных элементов комплекса маркетинговых коммуникаций; основные понятия социального	Выявлять закономерности и тенденции развития процесса маркетинговых коммуникаций для того, чтобы творчески использовать	Практическим опытом применения современного маркетингового инструментария для решения социальных задач; критическое	тест Маркетинговые коммуникации, тесты для подготовки к ЦТ "Маркетинговые коммуникации"

		<p>основные требования информационной безопасности</p>	<p>маркетинга, принципы социальной ответственности и компетентности, технологии маркетинга и маркетинговых инноваций в социальной сфере; факторы маркетинговой среды и их классификацию; состав и содержание комплекса социального маркетинга; методы и инструменты маркетинга социальной сферы; стратегию социальной ответственности и технологии социального партнерства; основные базы данных, применяемые при проведении научного исследования,</p>	<p>ь их для усиления информационного воздействия на человека с целью продвижения социально-значимой идеи; применять на практике методы исследования; основные базы данных, применяемые при проведении научного исследования, программы обработки и анализа данных</p>	<p>о анализа информации в профессиональных информационных источниках и в научной литературе с позиций доказательной медицины; использования современных научных методик и информационно-коммуникационных технологий при выполнении научного исследования, поиска, анализа, обмена информацией через международные базы данных в профессиональной сфере</p>	
--	--	--	---	---	--	--

			программы обработки и анализа данных			
2	ОПК-5	Способность к организации и публичных мероприятий для решения задач профессиональной деятельности, в том числе с международными партнерами	Сущность и специфику основных элементов комплекса маркетинговых коммуникаций; основные понятия социального маркетинга, принципы социальной ответственности и компетентности, технологии маркетинга и маркетинговых инноваций в социальной сфере; факторы маркетинговой среды и их классификацию	Выявлять закономерности и тенденции развития процесса маркетинговых коммуникаций для того, чтобы творчески использовать их для усиления информационного воздействия на человека с целью продвижения социально-значимой идеи; применять на практике методы исследования социальной сферы; формировать коммуникативную политику организации социальной сферы; анализировать внутреннюю и внешнюю	Практическим опытом применения современного маркетингового инструментария для решения социальных задач; критическое анализа информации в профессиональных информационных источниках и в научной литературе с позиций доказательной медицины	тест Маркетинговые коммуникации, тесты для подготовки к ЦТ "Маркетинговые коммуникации"

				среди данных организаций; реализовывать стратегию социальной ответственности организации		
--	--	--	--	--	--	--

**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-2, ОПК-5	1. Основы социального маркетинга 1.1 Маркетинг в здравоохранении как социально-этическая система	Маркетинг в здравоохранении как социально-этическая система. Методологические основы маркетинговых исследований в здравоохранении.	тест Маркетинговые коммуникации
2	ОПК-2, ОПК-5	2. Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций 2.1 Прямые и интегрированные маркетинговые коммуникации в деятельности организации	Коммуникации социального маркетинга. Реклама как элемент маркетинговых коммуникаций.	тест Маркетинговые коммуникации
3	ОПК-2, ОПК-5	3. Коммуникации социального маркетинга 3.1 Маркетинговые исследования в социальных медиа.	Оценка эффективности комплекса маркетинговых коммуникаций. Продвижение социально-	тесты для подготовки к ЦТ "Маркетингов

			значимой	идеи	ые коммуникации "
--	--	--	----------	------	-------------------------

## 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		36	36
Консультации, аттестационные испытания (КАТГ) (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)		54	54
<b>ИТОГО</b>	<b>3</b>	<b>90</b>	<b>90</b>

## Содержание дисциплины (модуля) по видам занятий

### Лекционные занятия

№ раздела	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Тема лекции	Применение ЭО и ДОТ	Объем, час.
1	Коммуникации социального маркетинга	Маркетинговые исследования в социальных медиа.	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»	2
2	Основы социального маркетинга	Маркетинг в здравоохранении как социально-этическая система	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»	4
3	Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций	Прямые и интегрированные маркетинговые коммуникации в деятельности организации	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»	2

### Практические занятия

№ раздела	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Тема	Применение ЭО и ДОТ	Объем, час.
1	Коммуникации социального маркетинга	Маркетинговые исследования в социальных медиа.	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»	8
2	Основы социального маркетинга	Маркетинг в здравоохранении как социально-этическая система	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»	8
3	Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций	Прямые и интегрированные маркетинговые коммуникации в деятельности организации	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»	8

### Самостоятельная работа студента

№ раздела	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Тема занятия	Вид СРС	Объем, час.
1	Коммуникации социального маркетинга	Маркетинговые исследования в социальных медиа.	Работа с электронными образовательными ресурсами, размещенными в сети Интернет и на образовательном портале Университета	18
2	Основы социального маркетинга	Маркетинг в здравоохранении как социально-этическая система	Работа с литературными и иными источниками информации по изучаемому разделу	18
3	Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций	Прямые и интегрированные маркетинговые коммуникации в деятельности организации	Работа с электронными образовательными ресурсами, размещенными на образовательном портале Университета	18

### Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

#### Перечень основной литературы

№	Наименование согласно библиографическим требованиям
1	Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 474 с.
2	Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации : учебник / Е. С. Григорян. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 294 с.
3	Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва :

Издательство Юрайт, 2023. — 363 с.

### Перечень дополнительной литературы

№	Наименование согласно библиографическим требованиям
1	Маркетинг : учеб. пособие / Ю. Ю. Сулова, Е. В. Щербенко, О. С. Веремеенко, О. Г. Алёшина. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2018. - 380 с
2	Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 379 с.

### Перечень электронных образовательных ресурсов

№	Наименование ЭОР	Ссылка
1	тест Маркетинговые коммуникации	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»
2	Лекции по дисциплине "Маркетинговые коммуникации"	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»
3	тесты для подготовки к ЦТ "Маркетинговые коммуникации"	Размещено в Информационной системе «Университет-Обучающийся»
4	Учебники дисциплины Маркетинговые коммуникации	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	34	119435, г. Москва, ул.	Класс для самостоятельной

		Большая Пироговская, д. 2, стр. 2	работы обучающихся, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Организации. Учебная доска, Столы, стулья
2	1	119435, г. Москва, ул. Большая Пироговская, д. 2, стр. 2	Аудитория для проведения практических занятий, оснащенная мультимедийным комплексом (ноутбук, проектор, экран). Учебная доска. Столы, стулья

Рабочая программа дисциплины разработана кафедрой Общественного здоровья и здравоохранения им.Н.А.Семашко ИОЗ

Разработчики:

Доцент

(занимаемая должность)

(подпись)

Якушина И.И.

(фамилия, инициалы)

Принята на заседании кафедры Общественного здоровья и здравоохранения им.Н.А.Семашко ИОЗ

от «20» апреля 2023 г., протокол № 7

Заведующий кафедрой

Общественного здоровья и  
здравоохранения  
им.Н.А.Семашко ИОЗ

(подпись)

(фамилия, инициалы)

Одобрена Центральным методическим советом

от «17» мая 2023 г., протокол № 9

Председатель ЦМС

(подпись)

(фамилия, инициалы)





