

Запорожский государственный медицинский университет
Кафедра здравоохранения, социальной медицины и врачебно-трудовой
экспертизы

Методические указания к практическому занятию
по предмету «Социальная медицина и организация здравоохранения»
для студентов 6 курса специальностей «лечебное дело, педиатрия»

Тема: Методы исследования рынка здравоохранения

Модуль 2

Содержательный модуль 7

Запорожье, 2015

Составил доцент Таранов В.В.

Затверджено на засіданні кафедри « » 20 р. Протокол №
Пересмотрены и утверждены на заседании кафедры «28» августа 2015 г. Протокол №1

Утверждены и рекомендованы к печати на заседании цикловой методической комиссии
гигиенических дисциплин «19» сентября 2015 г., протокол № 1

I. Актуальность темы

Маркетинговые исследования являются необходимой составляющей маркетинговых видов деятельности.

С помощью маркетинговых исследований руководители органов и учреждений здравоохранения могут получить необходимую информацию о том, какие медицинские услуги, и почему именно их, хотят получить пациенты, сколько они готовы за них заплатить, в каких регионах страны наиболее высок спрос на данные медицинские услуги и, наконец, каким образом конкуренты добиваются более высокого объёма оказываемых медицинских услуг. Кроме того, благодаря данным маркетинговых исследований руководители медицинских учреждений могут планировать свою деятельность не только на ближайшее время, но и на перспективу.

Маркетинговые исследования уровня доходов и платёжеспособности жителей разных регионов, уровня цен на медицинские услуги и возможность их приобретения различными социальными слоями имеют большое значение для обеспечения эффективной и бесперебойной работы любого медицинского учреждения.

II. Учебные цели занятия:

1. Сформировать у студентов представление о цели и содержании маркетинговых исследований
2. Научить студентов различать маркетинговые исследования на макро- и микро- уровнях.
3. Сформировать у студентов представление о принципах организации маркетингового исследования.
4. Научить студентов использованию основных методов и технологии маркетингового исследования.
5. Ознакомить студентов со способами получения и источниками маркетинговой информации.

III. Практические навыки и умения

В результате изучения данной темы студенты должны

Знать:

- а) цели проведения маркетинговых исследований;
- б) уровни проведения маркетинговых исследований;
- в) принципы организации маркетингового исследования;
- г) методы и технологии маркетингового исследования;
- д) способы получения и источники маркетинговой информации.
- е) системы исследования спроса на медицинские товары и услуги;

ж) классификации медицинских услуг по характеру, по сегментам структуры здравоохранения, по уровням медицинской помощи и другим характеристикам;

з) содержание маркетинговой информационной системы;

и) содержание понятия сегментация рынка, виды сегментирования по определённому принципу;

к) этапы составления плана маркетинга

Уметь:

а) разрабатывать план сбора первичных данных;

б) составлять анкету для сбора маркетинговой информации методом анкетирования;

Быть ознакомленными:

а) с видами реализации лечебных услуг;

б) с понятием «Содержание медицинской услуги»;

в) с процедурной организацией предоставления услуги;

г) с направлениями стратегии маркетинга медицинских учреждений;

д) с группами и видами стратегии маркетинга;

е) с функциональной организацией службы маркетинга;

ж) с типами маркетингового контроля

IV. Контроль исходного уровня знаний и умений

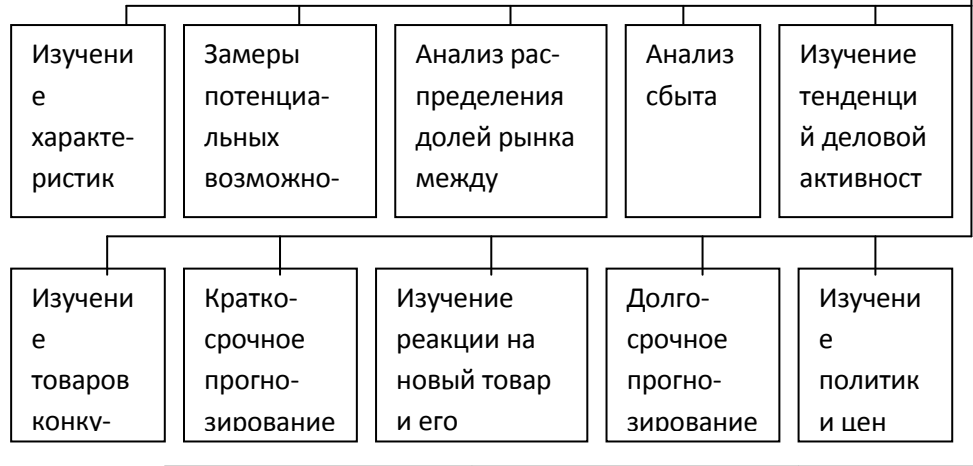
Контрольные вопросы:

1. Содержание понятия *Маркетинговое исследование*
2. Охарактеризуйте систему маркетинговых исследований.
3. Основная цель изучения рынка. Рыночная ниша
4. На какие элементы рыночного взаимодействия прежде всего направлены маркетинговые исследования ЛПУ?
5. Маркетинговые исследования на макро- и микро- уровнях
6. Принципы, направления, задачи, методы и этапы маркетинговых исследований
7. Маркетинговая информация по признаку ее назначения
8. Содержание плана сбора первичных данных
9. Анкетирование как наиболее распространённый способ опроса в маркетинге.
10. Мониторинг рынка медико-социальных услуг и лекарственных средств
11. Какие факторы, определяющие спрос и предложение, необходимо учитывать в процессе маркетинговых исследований?
12. Сформулируйте задачи маркетинга в области взаимодействия спроса и предложения.
13. Сегментация рынка. Группы потребителей.
14. Процессе конкуренции. Характеристика конкурентов.
15. Стандарты и уровни качества.
16. Специфика маркетингового исследования рынка медицинских услуг.
17. Классификация медицинских услуг.
18. Процедурная организация предоставления услуги

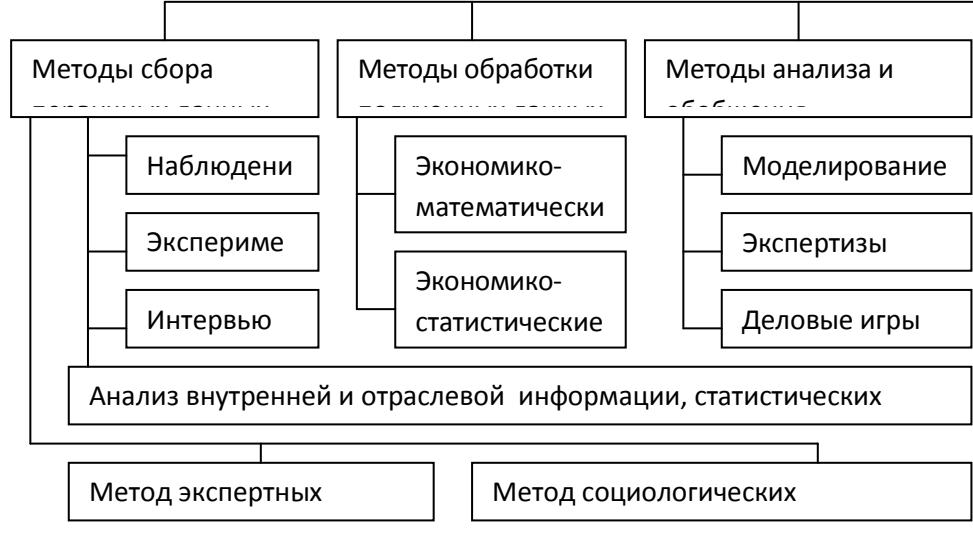
V. Логическая структура темы



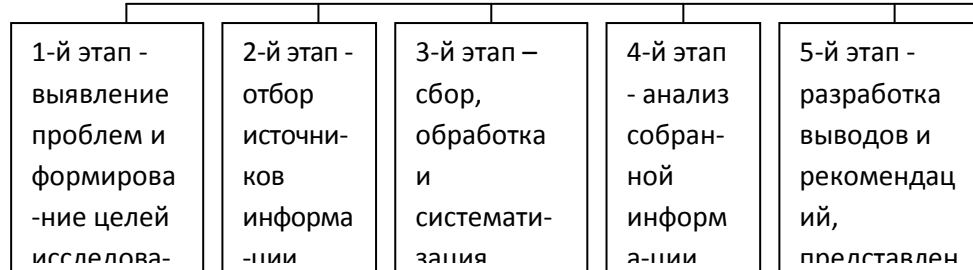
Задачи маркетинговых исследований



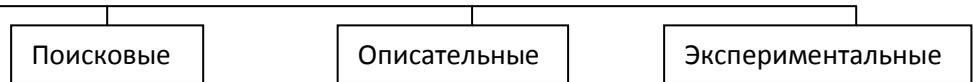
Методы маркетинговых исследований



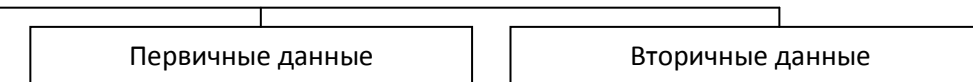
Этапы маркетинговых исследований



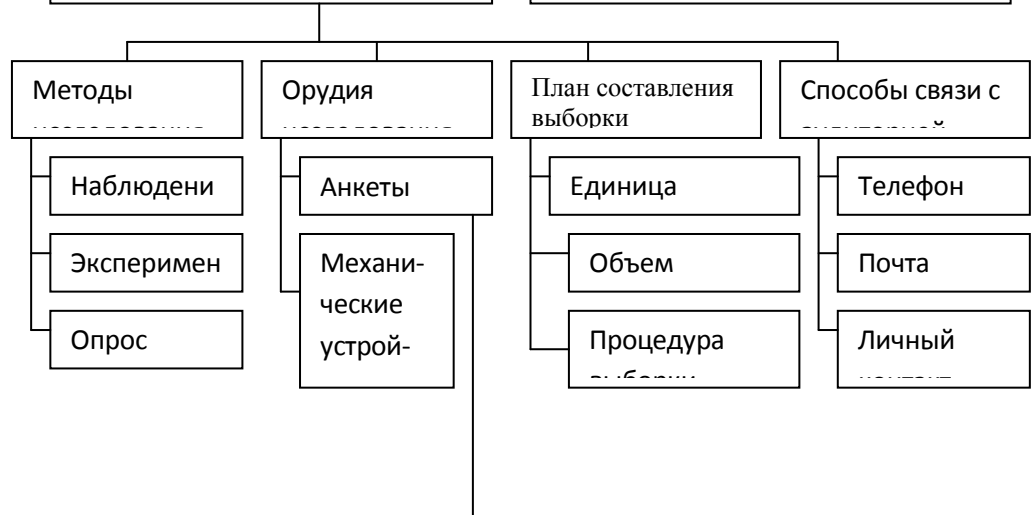
Цели маркетинговых исследований



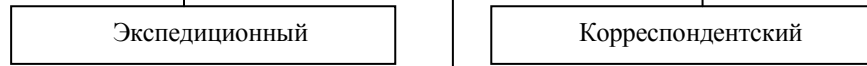
Маркетинговая информация



План сбора первичных данных



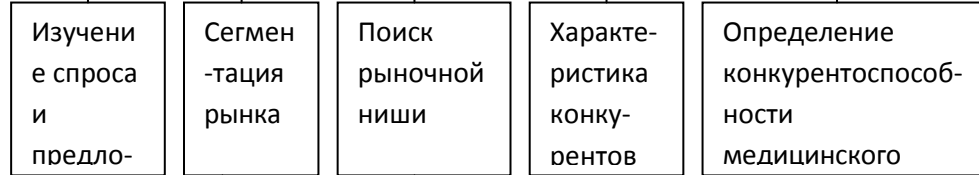
Способы анкетирования



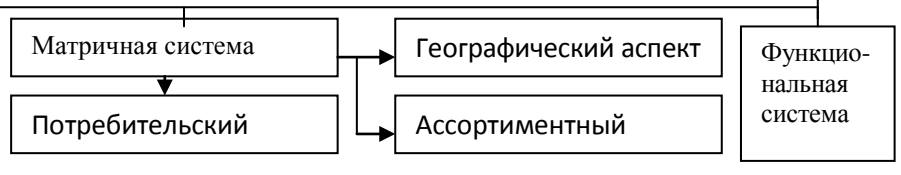
Вопросы анкеты



Анализ рынка



Системы исследования спроса



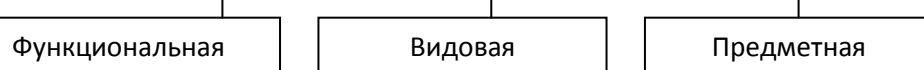
Принципы формирования групп потребителей



Процесс конкуренции



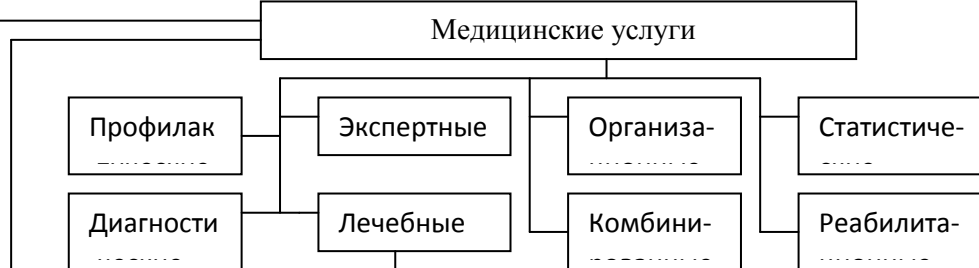
Формы конкуренции



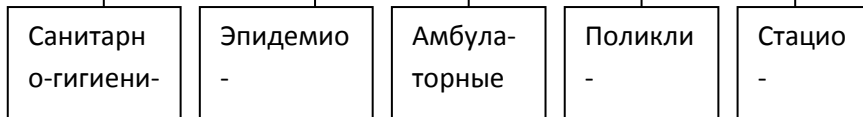
Факторы конкурентоспособности



Классификация медицинских услуг: по характеру



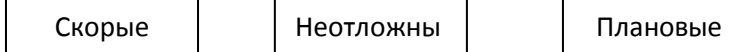
-по сегментам структуры здравоохранения



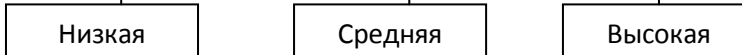
-по уровням медицинской помощи



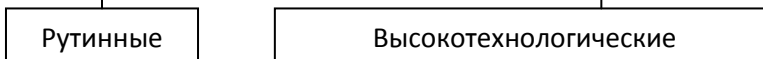
-по интенсивности во времени



-по квалификации (квалификация)



-по технологии



-по инвазивности



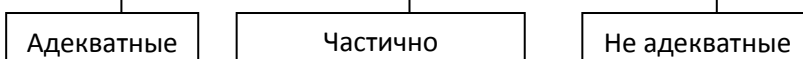
-по соблюдению стандарта



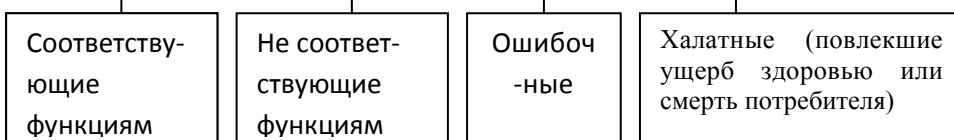
-по времени достижения конечного результата



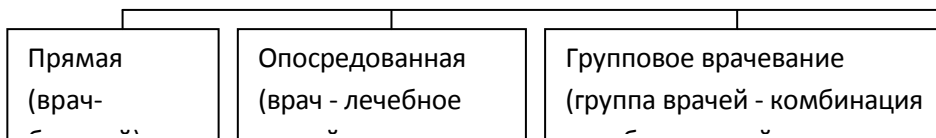
-по конечному результату



-по соответствию правовым нормам



Реализация лечебных услуг



VII. Самостоятельная работа

Практическая часть занятия предполагает выполнение следующих учебных задач:

1. Ознакомиться с содержанием и основными терминологическими понятиями под контролем преподавателя (изучение, конспектирование).
2. Дать ответы на контрольные вопросы и тестовые задания.

VIII. План и организационная структура занятия:

№ п/п	Основные этапы занятия	Уровень учебных целей	Методы контроля обучения	Материально-методическое обеспечение	Распределение времени
I. Подготовительный этап (20%)					
1.	Организация занятия	I-II	1. Индивидуальный устный опрос.	1.Контрольные вопросы: гл. IV. 2.Графологическая структура темы: гл. V .	15 мин.
2.	Постановка учебной цели				
3.	Контроль входного уровня знаний				
II. Основной этап (70%)					
1.	Формирование знаний и умений в соответствии с учебной целью.	III	1. Изучение и конспектирование основного содержания темы. 2. Практическая работа с решением индивидуальных	Гл. V, VI. Гл . VII - VIII. Индивидуальные	60 мин.

			задач Обсуждение вопросов темы с участием преподавателя	задачи по вариантам	
III. Заключительный этап (10%)					
1.	Заключительный контроль и коррекция приобретенных знаний и умений.	III	1. Индивидуальный контроль	Тетрадь протоколов	15 мин.
2.	Подведение итогов занятий. Оценка знаний студентов.		2. Подписание протоколов.	.	
3.	Указания по домашнему заданию на освоение следующей темы.		3. Самостоятельная подготовка.	Учебник. Руководство к практическому занятию. Лекции.	

IX . Список литературы

1. Економіка охорони здоров'я: підручник / В.Ф. Москаленко, О.П. Гульчій, В.В. Таран та ін. – Вінниця, 2010 –288с.
2. Экономика здравоохранения: учебник / В.Ф. Москаленко, В.В. Таран, О.П. Гульчий и др. – Винница, 2010 – 144с.
3. Медик В. А., Юрьев В. К. Курс лекций по общественному здоровью и здравоохранению. Часть III. Экономика и управление здравоохранением. - М.: Медицина, 2003. С. 7 -25 .
4. Здравоохранение в условиях рыночной экономики Кузьменко М.М., Баранов В.В., Шиленко Ю.В. – М: Медицина, 1994. – 304 с.
5. Экономика украинского здравоохранения Голяченко О.М., Голяченко А.О. – Винница, 1996. -100 с.
6. Котлер Ф., Армстронг Г., Сандерс., Вонг. Основы маркетинга: Пер. с англ. – М.; Спб.; К.: "Вильямс", 1999. – С. 363-389.

7. Щепин О.П., Габуева Л.А. Организация предпринимательской деятельности в здравоохранении / под общ. ред. В.И. Стародубова. - М.: МЦФЭР, 2006. - 432 с.

8. Бутова В.Г. Предпринимательская деятельность медицинских организаций / В.Г. Бутова, В.Л. Ковальский, Т.О. Манашеров. - М.: ИД «STBOOK», 2006. - 240 с.

9. Яковлева Л.В., Бездетко Н.В., Вороненко Ю.В., Герасимова О.А. Основы организации здравоохранения и страховой медицины: курс лекций для студентов специальности 7.110206 «Клиническая фармация» (учебное пособие для внеаудиторной работы студентов). - Х.: НФаУ, 2006 - 260 с.