

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков  
Должность: директор  
Дата подписания: 03.12.2024 21:47:51  
Уникальный программный ключ:  
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – филиал РАНХиГС**

**ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ и ФИНАНСОВ**  
(наименование структурного подразделения (института/факультета/филиала))  
**Кафедра менеджмента**  
(наименование кафедры)

УТВЕРЖДЕНО

Директор СЗИУ РАНХиГС

\_\_\_\_\_ Хлутков А.Д.

**ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ  
Управление в здравоохранении**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ,  
Реализуемой без применения электронного(онлайн)курса**

**Б1.В.08 Маркетинг медицинских услуг**

(индекс, наименование дисциплины, в соответствии с учебным планом)

**38.04.02 Менеджмент**

(код, наименование направления подготовки (специальности))

**Заочная**  
(форма(ы) обучения)

**Год набора: 2024**

**Санкт-Петербург, 2024 г.**

**Авторы-составители:** к.э.н., доцент кафедры экономики Румянцева Светлана Тимуровна

Заведующий кафедрой менеджмента, д. э. н., профессор Лабудин Александр Васильевич

Рабочая программа дисциплины Б1.В.08 «Маркетинг медицинских услуг» одобрена на заседании кафедры менеджмента. Протокол от 11 апреля 2024 года № 7.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
  - 3.1. Структура дисциплины
  - 3.2. Содержание дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся
  - 4.1. Методы текущего контроля успеваемости обучающихся
  - 4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине
  - 5.1. Зачет проводится с применением методов (средств)
  - 5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации
6. Методические материалы для освоения дисциплины
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
  - 7.1. Основная литература
  - 7.2. Дополнительная литература
  - 7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация
  - 7.4. Интернет-ресурсы
  - 7.5. Иные источники
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.В.08 «Маркетинг медицинских услуг» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.2	Способен оценивать ресурсы и определять способы управления проектом с учетом последовательности этапов его жизненного цикла
ПКс -5	Способность оценивать бизнес-возможности организации, необходимые для проведения стратегических изменений в организации	ПКс -5.1	Способен анализировать тенденции развития рынка медицинских услуг

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ	Код компонента компетенции	Результаты обучения
	УК-2.2 Способен оценивать ресурсы и определять способы управления проектом с учетом последовательности этапов его жизненного цикла	<p><b>на уровне знаний:</b> современные способы управления проектом, последовательность этапов его жизненного цикла, ресурсы необходимые для его осуществления.</p> <p><b>на уровне умений:</b> разрабатывать стратегию и план осуществления проекта, управления ресурсами его осуществления.</p> <p><b>на уровне навыков:</b> планировать показатели достижения цели проекта, обосновывать решения, связанные с осуществлением проекта и привлечением необходимых ресурсов для его осуществления.</p>
F/01.5 Аналитическое обеспечение разработки стратегии изменений организации / Определение направлений развития организации	ПКс -5.1 Способен анализировать тенденции развития рынка медицинских услуг	<p><b>на уровне знаний:</b> тенденции развития рынка медицинских услуг.</p> <p><b>на уровне умений:</b> анализировать тенденции развития рынка медицинских услуг.</p> <p><b>на уровне навыков:</b> использования результатов анализа тенденции развития рынка медицинских услуг для решения профессиональных задач.</p>

## 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП

Учебная дисциплина Б1.В.08 «Маркетинг медицинских услуг» (2 курс зимняя сессия по заочной форме обучения) входит в блок «Дисциплины (модули)» и в «Часть, формируемая участниками образовательных отношений» программы магистратуры «Управление в здравоохранении» направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент».

Изучение дисциплины происходит, опираясь на результаты освоения и одновременно с изучением таких дисциплин как «Государственная политика Российской Федерации в области здравоохранения», «Планирование, организация и финансирование деятельности учреждений здравоохранения», «Управление изменениями в учреждениях здравоохранения», что обеспечивает успешное освоение профессиональных компетенций. Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины, используются студентами при выполнении выпускных квалификационных работ (магистерских диссертаций), а также в дальнейшей практической деятельности.

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://lms.ranepa.ru> . Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 академических часа (54 астр.ч.).

<b>Вид работы</b>	<b>Трудоемкость заочно (в акад. часах)</b>	<b>Трудоемкость заочно (в астрон. часах)</b>
<b>Общая трудоемкость</b>	72	54
<b>Контактная работа с преподавателем</b>	8	6
Лекции	2	1,5
Практические занятия	6	4,5
<b>Самостоятельная работа</b>	60	45
<b>Контроль</b>	4	3
Формы текущего контроля	устный опрос, задание для самостоятельной работы	устный опрос, задание для самостоятельной работы
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>зачет</b>	<b>зачет</b>

## 3. Содержание и структура дисциплины

### 3.1. Структура дисциплины

#### *Заочная форма обучения*

### 3 семестр

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины, час.					Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					СР
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Рынок медицинских услуг и подходы к их продвижению	18	1	–	1	–	16	УО, СР
Тема 2	Особенности формирования маркетинговых стратегий на рынке услуг здравоохранения	18	1	–	1	–	16	УО, СР
Тема 3	Современные тенденции развития рынка медицинских услуг	32	–	–	4	–	28	УО, СР
Контроль		4	–	–	–	4	–	–
Промежуточная аттестация		–	–	–	–	–	–	зачет
<b>Всего:</b>		<b>72</b>	<b>2</b>	<b>–</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>60</b>	

УО – устный опрос, СР – задания для самостоятельной работы

### 3.2. Содержание дисциплины

#### Тема 1. Рынок медицинских услуг и подходы к их продвижению

Особенности медицинского бизнеса.

Становление рынка медицинских услуг в России.

Государственный и коммерческий сектора в сфере здравоохранения.

Виды маркетинга в сфере медицины.

Способы информирования пациентов о медицинских услугах.

Особенности медицинских услуг, предоставляемых на коммерческой основе.

Конкурентные преимущества учреждений здравоохранения.

Роль коммерческих учреждений в обеспечении доступности медицинских услуг.

#### Тема 2. Особенности формирования маркетинговых стратегий на рынке услуг здравоохранения

Разработка концепции продвижения медицинских услуг на рынке.

Информационная основа разработки маркетинговой стратегии на рынке медицинских услуг.

Целевая аудитория рынка медицинских услуг.

Динамика спроса на рынке услуг здравоохранения.

Конкуренция на рынке медицинских услуг.

Ценовая стратегия медицинских учреждений.

Реклама медицинских услуг.

Корректировка маркетинговой стратегии организации на рынке услуг здравоохранения.

### **Тема 3. Современные тенденции развития рынка медицинских услуг**

Информационные технологии продвижения услуг на рынке здравоохранения.  
Обеспечение индивидуального подхода к клиенту на рынке медицинских услуг.  
Современные научные разработки и рынок медицинских услуг.  
Развитие телемедицины и рынок медицинских услуг.  
Уникальность предоставляемых медицинских услуг.  
Ресурсы Интернет на рынке медицинских услуг.  
Видео-контент в целях продвижения медицинских услуг  
Мониторинг состояния здоровья пациентов медицинских учреждений.

## **4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся**

### **4.1. Методы текущего контроля успеваемости обучающихся**

В ходе реализации дисциплины Б1.В.08 «Маркетинг медицинских услуг» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа: устный опрос;
- при проведении занятий семинарского типа: устный опрос, задания для самостоятельной работы.

На занятиях для решения воспитательных и учебных задач применяются следующие формы интерактивной работы: диалого-дискуссионное обсуждение проблем, поисковый метод, исследовательский метод, разбор конкретных ситуаций.

<b>Тема и/или раздел</b>	<b>Методы текущего контроля успеваемости* заочно</b>
Тема 1. Рынок медицинских услуг и подходы к их продвижению	УО, СР
Тема 2. Особенности формирования маркетинговых стратегий на рынке услуг здравоохранения	УО, СР
Тема 3. Современные тенденции развития рынка медицинских услуг	УО, СР

### **4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся**

#### **Тема 1. Рынок медицинских услуг и подходы к их продвижению**

##### **Вопросы для устного опроса**

Особенности медицинского бизнеса.  
Становление рынка медицинских услуг в России.  
Государственный и коммерческий сектора в сфере здравоохранения.  
Виды маркетинга в сфере медицины.

### **Задания для самостоятельной работы**

Способы информирования пациентов о медицинских услугах.  
Особенности медицинских услуг, предоставляемых на коммерческой основе.  
Конкурентные преимущества учреждений здравоохранения.  
Роль коммерческих учреждений в обеспечении доступности медицинских услуг.

## **Тема 2. Особенности формирования маркетинговых стратегий на рынке услуг здравоохранения**

### **Вопросы для устного опроса**

Разработка концепции продвижения медицинских услуг на рынке.  
Информационная основа разработки маркетинговой стратегии на рынке медицинских услуг.  
Целевая аудитория рынка медицинских услуг.  
Динамика спроса на рынке услуг здравоохранения.

### **Задания для самостоятельной работы**

Конкуренция на рынке медицинских услуг.  
Ценовая стратегия медицинских учреждений.  
Реклама медицинских услуг.  
Корректировка маркетинговой стратегии организации на рынке услуг здравоохранения.

## **Тема 3. Современные тенденции развития рынка медицинских услуг**

### **Вопросы для устного опроса**

Информационные технологии продвижения услуг на рынке здравоохранения.  
Обеспечение индивидуального подхода к клиенту на рынке медицинских услуг.  
Современные научные разработки и рынок медицинских услуг.  
Развитие телемедицины и рынок медицинских услуг.

### **Задания для самостоятельной работы**

Уникальность предоставляемых медицинских услуг.  
Ресурсы Интернет на рынке медицинских услуг.  
Видео-контент в целях продвижения медицинских услуг  
Мониторинг состояния здоровья пациентов медицинских учреждений.

## **5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине**

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета.

**5.1. Зачет проводится с применением следующих методов (средств):** в форме ответа на вопросы экзаменационного билета. На зачет выносятся материал в объеме, предусмотренном рабочей программой учебной дисциплины.



При реализации промежуточной аттестации в ЭО/ДОТ могут быть использованы следующие формы:

1. Устно в ДОТ – в форме устного ответа на теоретические вопросы.
2. Письменно в СДО с прокторингом – в форме письменного ответа на теоретические вопросы.

## 5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Компонент компетенции	Промежуточный / ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
УК-2.2 Способен оценивать ресурсы и определять способы управления проектом с учетом последовательности этапов его жизненного цикла	Демонстрирует знания и навыки оценки ресурсов и определения способов управления проектом с учетом последовательности этапов его жизненного цикла	Уровень усвоения учебного материала, глубина понимания вопроса, правильность и полнота ответов, четкость и логичность изложения его на промежуточной аттестации, аргументированность выводов, умение тесно увязывать теорию с практикой.
ПКс - 5.1 Способен анализировать тенденции развития рынка медицинских услуг	Демонстрирует знания и навыки анализа тенденций развития рынка медицинских услуг.	Уровень усвоения учебного материала, глубина понимания вопроса, правильность и полнота ответов, четкость и логичность изложения его на промежуточной аттестации, аргументированность выводов, умение тесно увязывать теорию с практикой.

### Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

#### Вопросы к зачету

1. Особенности медицинского бизнеса.
2. Становление рынка медицинских услуг в России.
3. Государственный и коммерческий сектора в сфере здравоохранения.
4. Виды маркетинга в сфере медицины.
5. Способы информирования пациентов о медицинских услугах.
6. Особенности медицинских услуг, предоставляемых на коммерческой основе.
7. Конкурентные преимущества учреждений здравоохранения.
8. Роль коммерческих учреждений в обеспечении доступности медицинских услуг.
9. Разработка концепции продвижения медицинских услуг на рынке.
10. Информационная основа разработки маркетинговой стратегии на рынке медицинских услуг.
11. Целевая аудитория рынка медицинских услуг.
12. Динамика спроса на рынке услуг здравоохранения.
13. Конкуренция на рынке медицинских услуг.
14. Ценовая стратегия медицинских учреждений.
15. Реклама медицинских услуг.

16. Корректировка маркетинговой стратегии организации на рынке услуг здравоохранения.
17. Информационные технологии продвижения услуг на рынке здравоохранения.
18. Обеспечение индивидуального подхода к клиенту на рынке медицинских услуг.
19. Современные научные разработки и рынок медицинских услуг.
20. Развитие телемедицины и рынок медицинских услуг.
21. Уникальность предоставляемых медицинских услуг.
22. Ресурсы Интернет на рынке медицинских услуг.
23. Видео-контент в целях продвижения медицинских услуг
24. Мониторинг состояния здоровья пациентов медицинских учреждений.

### **Шкала оценивания**

Оценка результатов производится на основе Положения о текущем контроле успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам среднего профессионального и высшего образования в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», утвержденного Приказом Ректора РАНХиГС при Президенте РФ от 30.01.2018 г. № 02-66 (п.10 раздела 3 (первый абзац) и п.11), а также Решения Ученого совета Северо-западного института управления РАНХиГС при Президенте РФ от 19.06.2018, протокол № 11

Зачет проводит преподаватель по всем темам дисциплины. Знания, умения, навыки студента при проведении зачета оцениваются «зачтено», «не зачтено». Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой.

<b>Оценка</b>	<b>Требования к знаниям</b>
«Зачтено»	Дан полный, развёрнутый ответ на поставленный вопрос; показана совокупность осознанных знаний об объекте изучения, доказательно раскрыты основные положения (свободно оперирует понятиями, терминами, персоналиями и др.); в ответе прослеживается чёткая структура, выстроенная в логической последовательности; ответ изложен литературным грамотным языком; на возникшие вопросы преподавателя магистрант дает чёткие, конкретные ответы, показывая умение выделять существенные и несущественные моменты материала.
«Не зачтено»	Дан неполный ответ на поставленный вопрос, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения, допущены существенные ошибки в изложении теоретического материала и употреблении терминов, персоналий; в ответе отсутствуют доказательные выводы; речь неграмотная.

### **6. Методические материалы для освоения дисциплины**

Зачет организуется в период сессии в соответствии с текущим графиком учебного процесса, утвержденным в соответствии с установленным в СЗИУ порядком. Продолжительность зачета для каждого студента не может превышать четырех академических часов. Зачет не может начинаться ранее 9.00 часов и заканчиваться

позднее 21.00 часа. Зачет проводится в аудитории, в которую запускаются одновременно не более 5 человек. Время на подготовку ответов по билету каждому обучающемуся отводится 30–40 минут. При явке на зачет обучающийся должен иметь при себе зачетную книжку. Во время зачета обучающиеся по решению преподавателя могут пользоваться учебной программой дисциплины и справочной литературой.

#### **Методические рекомендации по работе над конспектом лекций во время и после проведения лекции.**

Обучающимся рекомендуется в ходе лекционных занятий выполнять следующее: вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению, задавать преподавателю вопросы.

Целесообразно в конспектах лекций рабочих конспектах формировать поля, на которых возможно делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных положений.

#### **Методические рекомендации к семинарским (практическим) занятиям.**

На семинарских занятиях в зависимости от темы занятия выполняется поиск информации по решению проблем, выработка индивидуальных или групповых решений, решение задач, итоговое обсуждение с обменом знаниями, участие в круглых столах, разбор конкретных ситуаций, командная работа, решение индивидуальных тестов, участие в деловых играх.

При подготовке к семинарским занятиям каждый обучающийся должен: изучить рекомендованную учебную литературу; подготовить ответы на все вопросы семинара.–

При подготовке к семинарским занятиям необходимо обратить внимание на виды работ, которые определены заданием. Существенный акцент делается на умение студента выполнять индивидуальные письменные задания, а также на работу студента с большим объемом информации, как в электронном, так и в печатном виде.

При подготовке к семинарским занятиям важно проработать материал лекций по конкретной теме, ознакомиться с указанной литературой и выполнить все необходимые практические задания. Для семинарских занятий лучше завести отдельную папку с файлами или тетрадь со съемными листами для удобства работы.

#### **Подготовка к контрольным мероприятиям.**

При подготовке к контрольным мероприятиям обучающийся должен освоить теоретический материал, повторить материал лекционных и практических занятий, материал для самостоятельной работы по указанным преподавателям темам.

Самостоятельная работа осуществляется в виде изучения литературы, эмпирических данных по публикациям и конкретных ситуаций, подготовке индивидуальных работ, работа с лекционным материалом, самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины; поиск и обзор учебной литературы, в т.ч. электронных источников; научной литературы, справочников и справочных изданий, нормативной литературы и информационных изданий.

С целью контроля сформированности компетенций разработан фонд контрольных заданий (фонд оценочных средств). С целью активизации самостоятельной работы студентов в системе дистанционного обучения Moodle разработан учебный курс Б1.В.08

«Маркетинг медицинских услуг», включающий набор файлов с текстами лекций, практикума, примерами заданий, а также набором тестов для организации электронного обучения студентов.

Для активизации работы студентов во время контактной работы с преподавателем отдельные занятия проводятся в интерактивной форме. Интерактивная форма обеспечивается наличием разработанных файлов с заданиями, наличием контрольных вопросов, возможностью доступа к системе дистанционного обучения, а также к тестеру.

Для работы с печатными и электронными ресурсами СЗИУ имеется возможность доступа к электронным ресурсам. Организация работы студентов с электронной библиотекой указана на сайте института (странице сайта – «Научная библиотека»).

### Заочная форма обучения

Наименование темы или раздела дисциплины	Список рекомендуемой литературы		Вопросы для самопроверки
	Основная (№ из перечня)	Дополнительная (№ из перечня)	
Тема 1. Рынок медицинских услуг и подходы к их продвижению	1-4	1-4	Особенности медицинского бизнеса. Становление рынка медицинских услуг в России. Государственный и коммерческий сектора в сфере здравоохранения. Виды маркетинга в сфере медицины.
Тема 2. Особенности формирования маркетинговых стратегий на рынке услуг здравоохранения	1-4	1-4	Разработка концепции продвижения медицинских услуг на рынке. Информационная основа разработки маркетинговой стратегии на рынке медицинских услуг. Целевая аудитория рынка медицинских услуг. Динамика спроса на рынке услуг здравоохранения.
Тема 3. Современные тенденции развития рынка медицинских услуг	1-4	1-4	Информационные технологии продвижения услуг на рынке здравоохранения. Обеспечение индивидуального подхода к клиенту на рынке медицинских услуг. Современные научные разработки и рынок медицинских услуг. Развитие телемедицины и рынок медицинских услуг.

## 7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

### 7.1. Основная литература

1. Зубарева Н.Н. Методологические основы, содержание, формы и методы стратегического и операционного маркетинга на рынках медицинских услуг: монография. – М.: Спутник+, 2022. – 376 с.
2. Щербинина Л.Ю., Лукьянова Н.Ю. Маркетинг медицинских услуг университетской клиники: исследование спроса и ценностное предложение: монография. – Казань: Бук, 2022. – 88 с.
3. Беквит Г. Продавая незримое: руководство по современному маркетингу услуг. – 6-е изд. – М.: Альпина паблишер, 2019. – 219 с.
4. Николенко П.Г., Терехов А.М. Формирование клиентурных отношений в сфере сервиса: учебное пособие. - Изд. 2-е, перераб. и доп. – СПб.: Лань, 2019. – 246 с.

## **7.2. Дополнительная литература**

1. Максимова Ю.Ю., Романкина И.А., Крючков А.Н. Основы маркетинга: учебное пособие. – Коломна, Московская область: ГСГУ, 2022. – 146 с.
2. Соловьева Ю.Н., Курочкина А.Ю. Маркетинг услуг: учебное пособие. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского гос. экономического ун-та, 2021. – 109 с.
3. Управление деятельностью в здравоохранении: учебное пособие / Под общей редакцией Л. П. Храпылиной. – М.: Юстицинформ, 2019. – 159 с.
4. Управление проектами в здравоохранении: учебное пособие / Авторы-составители: И. П. Луцкан [и др.]. – Якутск: Издательский дом СВФУ, 2021. – 126 с.

## **7.3 Нормативные правовые документы и иная правовая информация**

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020). Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть 2 (от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ). Часть 4 (от 18 декабря 2006 г. № 230-ФЗ).
2. Послание Президента Российской Федерации Федеральному Собранию
3. О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года. Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 года, № 204
4. О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года. Указ Президента Российской Федерации от 21.07.2020 № 474
5. Федеральный закон от 21.11.2011 N 323-ФЗ (ред. от 26.03.2022) «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 10.04.2022)
6. Постановление Правительства РФ от 19.06.2012 N 608 (ред. от 14.04.2022) «Об утверждении Положения о Министерстве здравоохранения Российской Федерации»
7. Указ Президента РФ от 06.06.2019 N 254 (ред. от 27.03.2023) «О Стратегии развития здравоохранения в Российской Федерации на период до 2025 года»
8. Постановление Правительства РФ от 26.12.2017 N 1640 (ред. от 16.12.2022) «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие здравоохранения» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2023)
9. Паспорт национального проекта «Здравоохранение» (утв. президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным

проектам, протокол от 24 декабря 2018 г. N 16)

10. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2309-1 «О защите прав потребителей» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 2023 г.).

11. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

#### **7.4. Интернет-ресурсы**

Электронно-образовательные ресурсы на сайте научной библиотеки СЗИУ РАНХиГС  
(<https://sziu-lib.ranepa.ru/>)

1. Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»  
[https://sziu-lib.ranepa.ru/index.php?page\\_id=76](https://sziu-lib.ranepa.ru/index.php?page_id=76)

2. Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Лань»  
[https://sziu-lib.ranepa.ru/index.php?page\\_id=76](https://sziu-lib.ranepa.ru/index.php?page_id=76)

3. Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «IPRbooks»  
[https://sziu-lib.ranepa.ru/index.php?page\\_id=76](https://sziu-lib.ranepa.ru/index.php?page_id=76)

4. Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Юрайт»  
[https://sziu-lib.ranepa.ru/index.php?page\\_id=76](https://sziu-lib.ranepa.ru/index.php?page_id=76)

5. Научно-практические статьи по экономике и финансам Электронной библиотеки ИД «Гребенников» [https://sziu-lib.ranepa.ru/index.php?page\\_id=76](https://sziu-lib.ranepa.ru/index.php?page_id=76)

6. Статьи из журналов и статистических изданий Ист-Вью [https://sziu-lib.ranepa.ru/index.php?page\\_id=76](https://sziu-lib.ranepa.ru/index.php?page_id=76)

7. Англоязычные ресурсы EBSCO Publishing: доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов.

8. Emerald eJournals Premier – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту.

#### **7.5. Иные источники**

Не используются

### **8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

Допускается применение системы дистанционного обучения.

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование</b>
1.	Специализированные залы для проведения лекций:
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов