Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Богдалова Елена Вячеславовна
Должность: Исполняющий обязанности проректора по образовательной деятельности
Дата подписания: 16.01.2025 17:38:02
Уникальный программный ключ:
d8c9010a2424298dd45a7673211823493a115dbe

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение инклюзивного высшего образования
**«Российский государственный**
**университет социальных технологий»**
**(ФГБОУ ИВО «РГУ СоцТех»)**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности

# ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

## Б1.В.08 Экономика и маркетинг в общественном здоровье и здравоохранении

образовательная программа направления подготовки
32.04.01 **«Общественное здравоохранение»**

**Направленность (профиль)**

Профилактика неинфекционных заболеваний и укрепление здоровья

Москва 2024

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств.
2. Перечень оценочных средств.
3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций.
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций.
5. Материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

# 1.ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «Экономика и маркетинг в общественном здоровье и здравоохранении»

Оценочные средства составляются в соответствии с рабочей программой дисциплины и представляют собой совокупность контрольно-измерительных материалов, предназначенных для измерения уровня достижения обучающимися установленных результатов обучения.

Оценочные средства используются при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Таблица 1 - Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины

| Код компетенции | Содержание компетенции | Индикаторы достижения компетенции |
|---|---|---|
| ПК-6 | Способность к управлению процессами, обеспечивающими качество медицинской помощи, к использованию маркетинговых технологий в области общественного здоровья и здравоохранения | ПК-6.1. Знает основные процессы, обеспечивающие качество медицинской помощи, а также маркетинговые технологии в области общественного здоровья и здравоохранения.<br>ПК-6.2. Умеет управлять процессами, обеспечивающими качество медицинской помощи, а также применять маркетинговые технологии в области общественного здоровья и здравоохранения.<br>ПК-6.3. Владеет практическим опытом управления процессами, обеспечивающими качество медицинской помощи, а также применения маркетинговых технологий в области общественного здоровья и здравоохранения. |
| ПК-10 | Способен регулировать и содействовать эффективному ведению экономической деятельности организаций здравоохранения | ПК-10.1. Знает экономические основы и особенности ценообразования на рынке медицинской продукции и услуг, порядок установления ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик, влияющих на стоимость продукции и услуг.<br>ПК-10.2. Умеет составлять и оформлять по результатам экономической экспертизы документы в виде заключения, использовать вычислительную и иную вспомогательную технику, средства связи и коммуникаций.<br>ПК-10.3. Имеет практический опыт анализа показателей деятельности организации и его структурных подразделений. |

Конечными результатами освоения дисциплины являются сформированные когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть», расписанные по отдельным компетенциям. Формирование дескрипторов происходит в течение всего семестра по этапам в рамках контактной работы, включающей различные виды занятий и самостоятельной работы, с применением различных форм и методов обучения.

# 1. ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ[1]

Таблица 2

| № | Наименование оценочного средства | Характеристика оценочного средства | Представление оценочного средства в ФОС |
|---|---|---|---|
| 1 | Дискуссия | Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. | Вопросы по темам дисциплины |
| 2 | Реферат | Средство, позволяющее оценить способность обучающегося исследовать поставленную научную проблему на основе изучения рекомендуемой литературы (монографий, научных статей, архивных материалов и других источников), делать научно-практические выводы по определенному разделу (теме) учебной дисциплины и излагать свои мысли на бумаге. | Темы рефератов |
| 3 | Тест | Средство, позволяющее оценить уровень знаний обучающегося путем выбора им одного из нескольких вариантов ответов на поставленный вопрос. Возможно использование тестовых вопросов, предусматривающих ввод обучающимся короткого и однозначного ответа на поставленный вопрос. | Тестовые задания |

[1] Указываются оценочные средства, применяемые в ходе реализации рабочей программы данной дисциплины.

## 2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Оценивание результатов обучения по дисциплине «Экономика и маркетинг в общественном здоровье и здравоохранении» осуществляется в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль (осуществление контроля всех видов аудиторной и внеаудиторной деятельности обучающегося с целью получения первичной информации о ходе усвоения отдельных элементов содержания дисциплины) и промежуточная аттестация (оценивается уровень и качество подготовки по дисциплине в целом).

Показатели и критерии оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения данной дисциплины, описаны в табл. 3.

Таблица 3.

| Код компетенции | Уровень освоения компетенций | Индикаторы достижения компетенций | Вид учебных занятий[2], работы, формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенций | Контролируемые разделы (этапы) практики[3] | Оценочные средства, используемые для оценки уровня сформированности компетенции[4] | Критерии оценивания результатов обучения |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ПК-6 | Знает | | | | | |
| | Недостаточный уровень | *ПК-6-3-1. Не знает основные процессы, обеспечивающие качество медицинской помощи, а также маркетинговые технологии в области общественного* | Лекционные и практические занятия, в том числе интерактивные лекции | Экономика и маркетинг в здравоохранении | Дискуссия, Реферат | Не знает основные процессы, обеспечивающие качество медицинской помощи, а также маркетинговые технологии в области общественного |

[2] Лекционные занятия, практические занятия, лабораторные занятия, самостоятельная работа…

[3] Наименование темы (раздела) берется из рабочей программы дисциплины.

[4] Оценочные средства, используемые для оценки уровня сформированности компетенции определяются с учетом уровней освоения компетенций (базовый, средний, высокий). Например, отдельные индивидуальные задания могут быть направлены на формирование соответствующего уровня освоения компетенции (элемента компетенции). В этом случае в таблице указывается номер конкретного индивидуального задания.

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | *здоровья и здравоохранения.* | | | | здоровья и здравоохранения |
| | Базовый уровень | *ПК-6-3-2. На базовом уровне знает основные процессы, обеспечивающие качество медицинской помощи, а также маркетинговые технологии в области общественного здоровья и здравоохранения.* | Лекционные и практические занятия, в том числе интерактивные лекции | | Дискуссия, Реферат | Знает основные процессы, обеспечивающие качество медицинской помощи, а также маркетинговые технологии в области общественного здоровья и здравоохранения |
| | Средний уровень | *ПК-6-3-3. На среднем уровне знает основные процессы, обеспечивающие качество медицинской помощи, а также маркетинговые технологии в области общественного здоровья и здравоохранения.* . | Лекционные и практические занятия, в том числе интерактивные лекции | | Дискуссия, Реферат | Знает и понимает основные процессы, обеспечивающие качество медицинской помощи, а также маркетинговые технологии в области общественного здоровья и здравоохранения . |
| | Высокий уровень | *ПК-6.3-4. На высоком уровне знает основные процессы, обеспечивающие* | Лекционные и практические занятия, в том числе интерактивные | | Дискуссия, Реферат | Отлично знает основные процессы, обеспечивающие качество медицинской |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | *качество медицинской помощи, а также маркетинговые технологии в области общественного здоровья и здравоохранения.* | лекции | | | помощи, а также маркетинговые технологии в области общественного здоровья и здравоохранения . |
| | Умеет | | | | | |
| | Недостаточный уровень | *ПК-6-.У-1. Не умеет управлять процессами, обеспечивающими качество медицинской помощи, а также применять маркетинговые технологии* | Лекционные и практические занятия, в том числе интерактивные лекции | Экономика и маркетинг в здравоохранении | Дискуссия, Реферат | Не умеет управлять процессами, обеспечивающими качество медицинской помощи, а также применять маркетинговые технологии |
| | Базовый уровень | *ПК-6-У-2. На базовом уровне умеет управлять процессами, обеспечивающими качество медицинской помощи, а также применять маркетинговые технологии* | Лекционные и практические занятия, в том числе интерактивные лекции | | Дискуссия, Реферат | Умеет управлять процессами, обеспечивающими качество медицинской помощи, а также применять маркетинговые технологии |
| | Средний уровень | *ПК-6-У-3. На среднем уровне умеет управлять процессами, обеспечивающими качество медицинской помощи, а также* | Лекционные и практические занятия, в том числе интерактивные лекции | | Дискуссия, Реферат | Хорошо умеет управлять процессами, обеспечивающими качество медицинской помощи, а также применять |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | *применять маркетинговые технологии.* | | | | маркетинговые технологии |
| | Высокий уровень | *ПК-6.У-1. На высоком уровне умеет управлять процессами, обеспечивающими качество медицинской помощи, а также применять маркетинговые технологии* | Лекционные и практические занятия, в том числе интерактивные лекции | | Дискуссия, Реферат | Отлично умеет управлять процессами, обеспечивающими качество медицинской помощи, а также применять маркетинговые технологии |
| | Владеет | | | | | |
| | Недостаточный уровень | *ПК-6.В-1. Не владеет практическим опытом управления процессами, обеспечивающими качество медицинской помощи, а также применения маркетинговых технологий в области общественного здоровья и здравоохранения.* | Лекционные и практические занятия, в том числе интерактивные лекции | Экономика и маркетинг в здравоохранении | Дискуссия, Реферат | Не владеет практическим опытом управления процессами, обеспечивающими качество медицинской помощи, а также применения маркетинговых технологий в области общественного здоровья и здравоохранения. |
| | Базовый уровень | *ПК-6.В-1. На базовом уровне владеет практическим опытом управления процессами, обеспечивающими качество медицинской помощи, а также* | Лекционные и практические занятия, в том числе интерактивные лекции | | Дискуссия, Реферат | Владеет некоторым практическим опытом управления процессами, обеспечивающими качество медицинской помощи, а также применения |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | *применения маркетинговых технологий в области общественного здоровья и здравоохранения..* | | | | маркетинговых технологий в области общественного здоровья и здравоохранения |
| | Средний уровень | *ПК-6.В-1. На среднем уровне владеет практическим опытом управления процессами, обеспечивающими качество медицинской помощи, а также применения маркетинговых технологий в области общественного здоровья и здравоохранения.* | Лекционные и практические занятия, в том числе интерактивные лекции | | Дискуссия, Реферат | Владеет достаточным практическим опытом управления процессами, обеспечивающими качество медицинской помощи, а также применения маркетинговых технологий в области общественного здоровья и здравоохранения |
| | Высокий уровень | *ПК-6.В-1. На высоком уровне владеет практическим опытом управления процессами, обеспечивающими качество медицинской помощи, а также применения маркетинговых технологий в области общественного здоровья и здравоохранения..* | Лекционные и практические занятия, в том числе интерактивные лекции | | Дискуссия, Реферат | Владеет богатым практическим опытом управления процессами, обеспечивающими качество медицинской помощи, а также применения маркетинговых технологий в области общественного здоровья и здравоохранения |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ПК-10 | Знает | | | | | |
| | Недостаточный уровень | *ПК-10.3-1. Не знает экономические основы и особенности ценообразования на рынке медицинской продукции и услуг, порядок установления ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик, влияющих на стоимость продукции и услуг.* | Лекционные и практические занятия, в том числе интерактивные лекции | Экономика и маркетинг в здравоохранении | Дискуссия, Реферат | Не знает экономические основы и особенности ценообразования на рынке медицинской продукции и услуг, порядок установления ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик, влияющих на стоимость продукции и услуг |
| | Базовый уровень | *ПК-10.3-1. На базовом уровне знает экономические основы и особенности ценообразования на рынке медицинской продукции и услуг, порядок установления ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик, влияющих на стоимость продукции и услуг* | Лекционные и практические занятия, в том числе интерактивные лекции | Экономика и маркетинг в здравоохранении. | Дискуссия, Реферат | Знает экономические основы и особенности ценообразования на рынке медицинской продукции и услуг, порядок установления ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик, влияющих на стоимость продукции и услуг |
| | Средний уровень | *ПК-10.3-1. На среднем уровне знает экономические основы и особенности* | Лекционные и практические занятия, в том числе интерактивные | Экономика и маркетинг в здравоохранении | Дискуссия, Реферат | Знает и понимает экономические основы и особенности ценообразования на |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | *ценообразования на рынке медицинской продукции и услуг, порядок установления ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик, влияющих на стоимость продукции и услуг* | лекции | | | рынке медицинской продукции и услуг, порядок установления ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик, влияющих на стоимость продукции и услуг<br>. |
| | Высокий уровень | *ПК-10.3-1. На высоком уровне знает* экономические основы и особенности ценообразования на рынке медицинской продукции и услуг, порядок установления ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик, влияющих на стоимость продукции и услуг | Лекционные и практические занятия, в том числе интерактивные лекции | Экономика и маркетинг в здравоохранении. | Дискуссия, Реферат | Выделяет характерный исследовательский подход при характеристике методов анализа результатов научных исследований в сфере социальной работы в системе охраны здоровья |
| | Умеет | | | | | |
| | Недостаточный уровень | *ПК-10.У-1. Не умеет составлять и оформлять по результатам экономической экспертизы документы в виде заключения,* | Лекционные и практические занятия, в том числе интерактивные лекции | Экономика и маркетинг в здравоохранении | Дискуссия, Реферат | Не умеет составлять и оформлять по результатам экономической экспертизы документы в виде заключения, использовать вычислительную и |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | *использовать вычислительную и иную вспомогательную технику, средства связи и коммуникаций* | | | | иную вспомогательную технику, средства связи и коммуникаций |
| | Базовый уровень | *ПК-10.У-1. На базовом уровне умеет составлять и оформлять по результатам экономической экспертизы документы в виде заключения, использовать вычислительную и иную вспомогательную технику, средства связи и коммуникаций* | Лекционные и практические занятия, в том числе интерактивные лекции | Экономика и маркетинг в здравоохранении. | Дискуссия, Реферат | Умеет составлять и оформлять по результатам экономической экспертизы документы в виде заключения, использовать вычислительную и иную вспомогательную технику, средства связи и коммуникаций |
| | Средний уровень | *ПК-10.У-1. На среднем уровне умеет составлять и оформлять по результатам экономической экспертизы документы в виде заключения, использовать вычислительную и* | Лекционные и практические занятия, в том числе интерактивные лекции | Экономика и маркетинг в здравоохранении. | Дискуссия, Реферат | Демонстрирует хорошую теоретическую и практическую подготовку, умение представлять результаты научного исследования в форме научных публикаций, информационно-аналитических |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | *иную вспомогательную технику, средства связи и коммуникаций* | | | | материалов, владеет современными стратегиями поиска научной информации |
| | Высокий уровень | *ПК-10.У-1. На высоком уровне умеет составлять и оформлять по результатам экономической экспертизы документы в виде заключения, использовать вычислительную и иную вспомогательную технику, средства связи и коммуникаций* | Лекционные и практические занятия, в том числе интерактивные лекции | Экономика и маркетинг в здравоохранении. | Дискуссия, Реферат | Демонстрирует глубокую теоретическую и практическую подготовку, умение на высоком уровне представлять результаты научного исследования в форме научных публикаций, информационно-аналитических материалов, владеет современными стратегиями поиска научной информации |
| | Владеет | | | | | |
| | Недостаточный уровень | *ПК-10.В-1. Не владеет практическим опытом анализа показателей деятельности организации и его структурных подразделений* | Лекционные и практические занятия, в том числе интерактивные лекции | Экономика и маркетинг в здравоохранении. | Дискуссия, Реферат | Не владеет *практическим опытом анализа показателей деятельности организации и его структурных подразделений* |
| | Базовый уровень | *ПК-10.В-1. На базовом уровне владеет практическим* | Лекционные и практические занятия, в том числе | Экономика и маркетинг в здравоохранении | Дискуссия, Реферат | Владеет *практическим опытом анализа показателей* |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | *опытом анализа показателей деятельности организации и его структурных подразделений* | интерактивные лекции | | | *деятельности организации и его структурных подразделений* |
| | Средний уровень | *ПК-10.В-1. На среднем уровне владеет практическим опытом анализа показателей деятельности организации и его структурных подразделений* | Лекционные и практические занятия, в том числе интерактивные лекции | Экономика и маркетинг в здравоохранении | Дискуссия, Реферат | Уверенно владеет практическим опытом анализа показателей деятельности организации и его структурных подразделений |
| | Высокий уровень | *ПК-10.В-1. На высоком уровне владеет практическим опытом анализа показателей деятельности организации и его структурных подразделений* | Лекционные и практические занятия, в том числе интерактивные лекции | Экономика и маркетинг в здравоохранении | Дискуссия, Реферат | Уверенно владеет *практическим опытом анализа показателей деятельности организации и его структурных подразделений* |

# 4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

## Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Одной из форм самостоятельной работы студентов является подготовка к дискуссии. Для подготовки к опросу студенту рекомендуется изучить лекционный материал, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов по соответствующей теме.

Эффективность подготовки студентов к дискуссии зависит от качества ознакомления с научной и методической литературой. При подготовке к опросу студентам рекомендуется обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения, составить тезисы выступления по отдельным проблемным аспектам.

## Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Одной из важных форм самостоятельной работы по дисциплине является подготовка к практическому занятию.

При подготовке к практическим занятиям студент должен придерживаться следующих рекомендаций:

- внимательно изучить основные вопросы темы и план практического занятия,
- определить место темы занятия в общем содержании, ее связь с другими темами;
- найти и проработать соответствующие разделы в рекомендованных нормативных документах, учебниках и дополнительной литературе;
- после ознакомления с теоретическим материалом ответить на вопросы по теме курса;
- продумать пути и способы решения проблемных вопросов;
- продумать развернутые ответы на предложенные вопросы темы, опираясь на лекционные материалы, расширяя и дополняя их данными из учебников, дополнительной литературы.

## Методические рекомендации по написанию реферата

Написание реферата является:

– одной из форм обучения студентов, направленной на организацию и повышение уровня самостоятельной работы студентов;

– одной из форм научной работы студентов, целью которой является расширение научного кругозора студентов, ознакомление с методологией научного поиска.

Реферат, как форма обучения студентов, это краткий обзор максимального количества доступных публикаций по заданной теме, с элементами сопоставительного анализа данных материалов и с последующими выводами.

При проведении обзора должна проводиться и исследовательская работа, но объем ее ограничен, так как анализируются уже сделанные предыдущими исследователями выводы и в связи с небольшим объемом данной формы работы.

Темы рефератов определяются кафедрой и содержатся в программе курса. Преподаватель рекомендует литературу, которая может быть использована для написания реферата.

Целью написания рефератов является: формирование у студентов навыков библиографического поиска необходимой литературы (на бумажных носителях, в электронном виде); навыков компактного изложения мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу в письменной форме, научно грамотным языком; приобретение навыка грамотного оформления ссылок на используемые источники, правильного цитирования авторского текста; выявление и развитие у студента интереса к определенной научной и практической проблематике с тем, чтобы исследование ее в дальнейшем продолжалось в подготовке и написании курсовых и дипломной работы и дальнейших научных трудах.

Основные задачи студента при написании реферата:

– с максимальной полнотой использовать литературу по выбранной теме (как рекомендуемую, так и самостоятельно подобранную) для правильного понимания авторской позиции;

– верно (без искажения смысла) передать авторскую позицию в своей работе;

– уяснить для себя и изложить причины своего согласия (несогласия) с тем или иным автором по данной проблеме.

Требования к содержанию:

– материал, использованный в реферате, должен относится строго к выбранной теме;

– необходимо изложить основные аспекты проблемы не только грамотно, но и в соответствии с той или иной логикой (хронологической, тематической,событийной и др.)

– при изложении следует сгруппировать идеи разных авторов по общности точек зрения или по научным школам;

– реферат должен заканчиваться подведением итогов проведенной исследовательской работы: содержать краткий анализ-обоснование преимуществ той точки зрения по рассматриваемому вопросу, с которой Вы солидарны.

## Методические рекомендации по выполнению тестовых заданий

Тесты – это вопросы или задания, предусматривающие конкретный, краткий, четкий ответ на имеющиеся эталоны ответов.

По форме тестовые задания могут быть весьма разнообразны.

**К первой** группе относятся задания закрытой формы с единственным правильным ответом из нескольких представленных.

**Вторую** группу составляют задания открытой формы, где ответ вводится самостоятельно в поле ввода.

**Третья** группа представлена заданиями на установление соответствия, в которых элементом одного множества требуется поставить в соответствие элементы другого множества.

**В четвертой** группе тестов требуется установить правильную последовательность вычислений или каких-то действий, шагов, операций и т. п., используются задания на установление правильной последовательности.

При подготовке к тестированию студент должен придерживаться следующих рекомендаций:

- внимательно изучить основные вопросы темы
- найти и проработать соответствующие разделы в рекомендованных нормативных документах, учебниках и дополнительной литературе;
- выяснить условия тестирования;
- внимательно прочесть вопрос и предлагаемые варианты ответов. Выбрать правильные (их может быть несколько). На отдельном листке ответов написать цифру вопроса и буквы, соответствующие правильным ответам;
- в процессе решения желательно применять несколько подходов в решении задания, что позволит максимально гибко оперировать методами решения, находя каждый раз оптимальный вариант;
- на трудный вопрос не тратить много времени, а переходить к следующему. К трудному вопросу можно вернуться позже;
- оставить время для проверки ответов, чтобы избежать механических ошибок.

## 5. Материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

### ВОПРОСЫ ДЛЯ ДИСКУССИИ

Ценовая политика в здравоохранении.
Способы оплаты медицинской помощи в условиях стационара.
Способы оплаты медицинской помощи в амбулаторных условиях
Структура цены медицинской услуги
Виды эффективности в здравоохранении.
Факторы и резервы повышения эффективности в здравоохранении
*Контролируемые компетенции ПК-6, ПК-10*
*Оценка компетенций осуществляется в соответствии с таблицей 3.*

### Темы рефератов

*Составьте реферат на тему:*

1. Маркетинг в здравоохранении. Виды маркетинга в здравоохранении. Цель, задачи, функции маркетинга в здравоохранении.
2. Управление маркетингом. Концепции управления маркетингом. Задачи и этапы управления маркетингом
3. Маркетинговые исследования. Этапы маркетинговых исследований.
4. Основные подходы, концепции маркетинговой деятельности организации.
5. Роль государства в обеспечении экономических гарантий получения медицинской помощи.
6. Экономические модели здравоохранения и их характеристика. Общественное и частное здравоохранение.
7. Экономическая характеристика сети лечебных учреждений.
8. Экономическая сущность, классификация и структура основных фондов здравоохранения.
9. Характеристика материальных ресурсов здравоохранения. Износ и показатели использования основных фондов.
10. Финансовые ресурсы отрасли: сущность, оценка состояния, перспективы роста.
11. Факторы, влияющие на уровень финансирования системы охраны здоровья населения.

12. Методы формирования бюджета здравоохранения на уровне РФ, её субъектов, муниципальных образований.

*Контролируемые компетенции ПК-6, ПК-10*
*Оценка компетенций осуществляется в соответствии с таблицей 3.*

**Тестовые задания**

**1. Доходность коммерческой деятельности учреждения здравоохранения:**
а) Соотношение балансовой прибыли и себестоимости
б) Соотношение прибыли и себестоимости
в) Фондооснащенность учреждения

**2. К косвенным расходам (затратам) при оказании медицинских услуг относят:**
а) Оплата труда основного персонала
б) Затраты на текущие хозяйственные цели
в) Материальные затраты, потребляемые в процессе оказания медицинской услуги

**3. Организация платных услуг в медицинских учреждениях должна включать все, за исключением:**
а) Оповещения населения о перечне, стоимости и видах платных услуг
б) Расчета стоимости медицинской услуги
в) Направления полученных денег на приобретение оборудования

**4. Распространение медицинских услуг в здравоохранении осуществляется путем:**
а) Прямого маркетинга
б) Многоканального маркетинга
в) Косвенного маркетинга

**5. Расчет годового бюджета рабочего времени должности основывается:**
а) На затратах труда медицинского персонала
б) На численности обслуживаемого населения
в) На законодательстве о режиме труда и отдыха

**6. Позиционирование медицинской услуги на рынке в первую очередь зависит от:**
а) Формы собственности ЛПУ
б) Профиля ЛПУ
в) Месторасположения ЛПУ

**7. Для автономных учреждений план финансово-хозяйственной деятельности утверждает:**
а) Орган, выполняющий функции учредителя
б) Общее собрание коллектива
в) Учредитель

**8. По какому признаку необходимо формировать группу потребителей рынка медицинских услуг для коммерческой деятельности ЛПУ:**

а) Социографическому

б) Поведенческому

в) Географическому

**9. К заемным средствам лечебного учреждения относятся:**

а) Средства целевого финансирования

б) Ассигнования из бюджета

в) Кредиты и ссуды

**10. В каких случаях оказание платных услуг принесет прибыль:**

а) Цена превышает валовые издержки

б) Валовый доход превышает валовые издержки

в) Цена услуги превышает валовый средний доход

**11. К «целевым» налогам относятся отчисления:**

а) В дорожный фонд, Пенсионный фонд, на ОМС

б) В дорожный фонд, пенсионный фонд, налог на землю

в) На ОМС, налог на добавленную стоимость, налог на имущество

**12. Медицинский маркетинг – это система:**

а) Организации хозяйственной деятельности ЛПУ

б) Организации и управления хозяйственной деятельностью ЛПУ, направленная на максимальное удовлетворение потребностей населения в медицинских услугах

в) Организации и управления хозяйственной деятельностью ЛПУ

**13. Что понимается под убытками:**

а) Реальный ущерб и упущенная выгода

б) Компенсация за моральный ущерб

в) Штраф, пеня

**14. Под основной заработной платой понимается:**

а) Выплаты за работу в ночное время

б) Оплата очередных отпусков

в) Зарплата, установленная в соответствии с договором (контрактом)

**15. Экономическая эффективность здравоохранения выражается в:**

а) Оцененном вкладе в рост производительности труда

б) Увеличении продолжительности жизни

в) Улучшении состояния пациента

**16. Финансирование здравоохранения в современных условиях осуществляется за счет:**

а) Средств медицинского страхования

б) Бюджета

в) Оба варианта верны
г) Нет верного ответа

**17. Заработная плата медицинского персонала состоит из:**
а) Тарифа, премии, постоянных надбавок
б) Базового оклада, премии, материальной помощи
в) Базового оклада, постоянных и переменных надбавок

**18. Здравоохранение как отрасль национального хозяйства относится к сфере производства:**
а) Нематериальных благ и нематериальных услуг
б) Материальных и нематериальных услуг
в) Материальных благ

**19. Себестоимость медицинских услуг:**
а) Денежная сумма, которая оплачивается потребителем медицинской помощи в условиях ОМС
б) Установленный соглашением тариф
в) Совокупность затрат на оказание медицинских услуг, возмещение которых обеспечивает текущее воспроизводство ЛПУ, а также уровня медицинских технологий

**20. Экономика здравоохранения изучает формы, методы и результаты хозяйственной деятельности:**
а) На уровне первичного хозяйственного звена (ЛПУ)
б) В области медицины
в) В масштабах определенных территориальных границ (страны, региона, города)

**21. К собственным средствам лечебного учреждения относятся:**
а) Кредиты и ссуды
б) Финансовые резервы
в) Кредиторская задолженность

**22. Спрос на медицинскую услугу:**
а) Внешнее проявление потребности
б) Осознанная необходимость в оказании медицинской услуги
в) Потребность, подкрепленная покупательской способностью

**23. Экономика здравоохранения относится к наукам:**
а) Прикладным
б) Гуманитарно-прикладным
в) Гуманитарным

**24. Накладные расходы:**
а) Косвенные расходы, возникающие в связи с параклинической деятельностью
б) Стоимость ресурсов, непосредственно потребляемых в процессе оказания медицинских услуг

в) Затраты непосредственно в процессе оказания медицинских услуг не потребляемые, а обставленные расходами по содержанию медицинского учреждения в целом

**25. Здравоохранение – это система мероприятий:**

а) Экономических и медицинских
б) Социально-экономических и медицинских
в) Социально-экономических

**26. Цена медицинской услуги:**

а) Сумма денег, которую пациент готов заплатить, и за которую врач готов оказать медицинскую услугу
б) Отражение затрат на оказание услуг
в) Денежное выражение стоимости

**27. К основному персоналу медицинского учреждения относятся:**

а) Сотрудники параклинических подразделений
б) Медицинские регистраторы
в) Врачебный персонал, оказывающий медицинские услуги

**28. Какие макроэкономические явления оказывают влияние на изменение потребностей населения в медицинских услугах:**

а) Инфляция
б) Безработица
в) Оба варианта верны
г) Нет верного ответа

**29. Здравоохранение как отрасль национального хозяйства представляет предмет анализа на:**

а) Микроуровне
б) Мидиуровне
в) Макроуровне

**30. Сущностью маркетинга в здравоохранении является**

а) изучение спроса на медицинские услуги
б) удовлетворение спроса
в) анализ потребности в здравоохранении
г) определение стоимости медицинских услуг
д) стимулирование сбыта

**31. Маркетингу здравоохранения присущи следующие функции**

а) планирование
б) координация
в) наложение штрафных санкций
г) реорганизация руководства
д) учет
е) контроль

**32. Маркетинг в здравоохранении включает следующие основные положения**

а) изучение спроса на медицинские услуги

б) расчет стоимости медицинской услуги

в) контроль за качеством медицинской услуги

г) удовлетворение спроса на медицинские услуги

д)-: производство и предоставление медицинских услуг

**33. На платные медицинские услуги в государственных учреждениях здравоохранения устанавливаются цены**

а) договорные

б) тарифные, утвержденные местной администрацией

в) свободные

г) бюджетные

д) прейскурантные

**34. На платные медицинские услуги в государственных учреждениях здравоохранения в системе добровольного медицинского страхования устанавливаются ### цены**

**35. Типами рынков общественного здоровья являются рынок...**

а ) медицинских услуг

б) ортопедический

в) медицинского страхования

г) медицинской техники

д) промышленных товаров

**36. В методику расчета себестоимости медицинских услуг в стационаре включаются**

а) расходы на питание пациентов

б) расходы на медикаменты

в) основная зарплата

г) накладные расходы

д) канцелярские и хозяйственные расходы

**37. Распределение медицинских услуг при определении их стоимости производится**

а) на простые и сложные

б) на простые и детальные

в) по категориям сложности

г) на коммерческие и некоммерческие

д) на простые и комбинированные

**38. Объектами собственности в здравоохранении являются**

а) здоровье индивидуума
б) медицинская технология
в) продукция медицинской промышленности
г) медицинские открытия
д) медицинская информация

**39. Медицинский маркетинг – это**

а) вид деятельности, направленный на увеличение производственных мощностей предприятия
б) вид деятельности, направленный на получение информации о потребностях населения в медико-социальной помощи
в) вид деятельности, направленный на увеличение производства продукции
г)-вид деятельности, направленный на увеличение платежеспособности населения
д) вид деятельности, направленный на улучшение продвижения медицинских товаров и услуг к потребителям

**40. К основным элементам рынка относятся**

а) запрос
б) предложение
в) потребность
г) спрос
д) цена

**41. Спрос на товар или услуги, приносящие какой-либо вред, в том числе и вред здоровью, называется**

а) отрицательным
б) нерациональным
в) скрытым
г) унитарным

**42. Ценовая эластичность – это**

а) цена, при которой количество товара, предложенного на рынке, равна количеству товара, на который предъявлен спрос
б) денежная оценка товара, отражающая издержки на его производство
в) степень изменения спроса в зависимости от изменения цены
г) количество товара, которое будет куплено по определенной цене в единицу времени

**43. Какая составляющая цены на медицинские услуги не облагается налогом**

а) себестоимость
б) прибыль
в) обе

**44. Если необходимо снизить уровень спроса на товар или и услугу, нужно прибегнуть к**

а) установлению гибких цен

б) методам, повышающим доверие потребителя к товару или услуге
в) демаркетингу
г) резкому снижению цены на товар или услугу

**45. Вид цен, остающихся постоянными в течение длительного периода**
а) гибкие (эластичные)
б) льготные
в) меняющиеся
г) стабильные

**46. Равновесная цена — это такая цена**
а) величина которой определяется в зависимости от целей производства
б) величина которой остается неизменной в течение длительного времени
в) при которой количество товара, предложенного на рынке, больше количества товара, на который предъявлен спрос
г) при которой количество товара, предложенного на рынке, равно количеству товара, на которое предъявлен спрос

**47. На рынке медицинских услуг убыточными являются цены**
а) стабильные
б) льготные
в) гибкие
г) договорные

**48. Процесс разделения потребителей медицинских услуг на однородные группы**
а) сегментация рынка
б) децентрализация рынка
в) централизация рынка
г) самообеспечение рынка

**49. Потребность, подкрепленная покупательской способностью**
а) нужда
б) мотив
в) цена
г) товар
д) запрос

**50. Ценовая стратегия, используемая в маркетинговой деятельности с целью привлечения покупателей**
а) система единых цен
б) система гибких цен
в) система ценовых скидок

**51. Дайте определение понятию «спрос на медицинскую услугу»**

**52. Дайте определение понятию «гибкая цена»**

**53. Перечислите особенности медицинской услуги**

**54. Дайте определение понятию «равновесная цена»**

**55. Дайте определение понятию «нерациональный спрос»**

**56. Опишите суть явления «многоканальный маркетинг» и его цели**

**Ответы на тестовые задания**

| | |
|---|---|
| 1. | б |
| 2. | б |
| 3. | а,б |
| 4. | б,в |
| 5. | а |
| 6. | б. в |
| 7. | а. |
| 8. | в |
| 9. | а, |
| 10. | в |
| 11. | в |
| 12. | а |
| 13. | б |
| 14. | б |
| 15. | а |
| 16. | в |
| 17. | б |
| 18. | в |
| 19. | в |
| 20. | а,в |
| 21. | б |
| 22. | в |
| 23. | б |
| 24. | в |
| 25. | б |
| 26. | в |
| 27. | в |
| 28. | в |
| 29. | б |
| 30. | а,б,д |
| 31. | а, б |
| 32. | а,б, г |
| 33. | д |
| 34. | прейскурантные |
| 35. | в |
| 36. | б,в,г |
| 37. | г |
| 38. | б, в |
| 39. | б.д |

| | |
|---|---|
| 40. | б,г |
| 41. | б |
| 42. | в |
| 43. | в |
| 44. | а |
| 45. | г |
| 46. | г |
| 47. | б |
| 48. | а |
| 49. | д |
| 50. | в |
| 51. | Спрос на медицинскую услугу — это количество медицинских услуг, которое желают и могут приобрести пациенты за некоторый период и по определённой цене. |
| 52. | Гибкая цена — это цена, которая изменяется под воздействием спроса и предложения |
| 53. | Особенность медицинских услуг обусловлена четырьмя характеристиками: неосязаемость, неотделимость от источника, непостоянство качества и несохраняемость |
| 54. | Равновесная цена — это цена, при которой объём спроса равен объёму предложения, то есть нет дефицита или избытка товаров и услуг, а значит на рынке нет тенденций роста или снижения. Другими словами, это компромисс между производителем и покупателями. |
| 55. | Нерациональный спрос — это незапланированный спрос, возникающий под влиянием сиюминутного желания, внезапного изменения настроения, прихоти или каприза.То есть спрос, нарушающий предпосылку о рациональном поведении потребителя.<br>Также нерациональный спрос предполагает потребность в товарах, которые несут потенциальный вред здоровью человека или окружающей среде. К такой продукции относятся полиэтиленовые пакеты, сигареты, алкоголь и многое другое |
| 56. | Многоканальный маркетинг — это стратегия распространения информации о продукте или услуге с использованием нескольких каналов одновременно.<br>Отличительная черта этой стратегии в том, что все каналы существуют отдельно друг от друга и не связаны между собой. У каждого канала своя задача по развитию и свой контент.<br><br>Цель многоканального маркетинга — охватить как можно большее количество целевой аудитории |

*Контролируемые компетенции ПК-6, ПК-10*
*Оценка компетенций осуществляется в соответствии с таблицей 3.*

**Вопросы к зачету**

1. Экономика здравоохранения как наука, ее место в системе экономических знаний.
2. Экономические проблемы развития здравоохранения.
3. Социально-экономическая природа услуг здравоохранения.
4. Здравоохранение в системе рыночных отношений. Рынок услуг

здравоохранения.
5. Факторы спроса и факторы предложения медицинских услуг.
6. Место здравоохранения в системе общественного воспроизводства.
7. Актуальные экономические проблемы здравоохранения.э
8. Методы исследования экономики здравоохранения: анализ и синтез, статистические и математические методы, балансовый метод и т.д.
9. Сущность экономики здравоохранения и её связь с другими науками – экономическими дисциплинами, социальной гигиеной и организацией здравоохранения.
10. Повышение уровня качества оказания медицинской помощи и здоровья населения и их связь с экономическими проблемами отрасли.
11. Роль государства в обеспечении экономических гарантий получения медицинской помощи.
12. Рынок медицинских услуг как объект маркетинга и ценовая политика.
13. Маркетинговая среда и маркетинговые исследования медицинского учреждения.
14. Понятие и основы маркетинга в здравоохранении
15. Маркетинг. Определение.Принципы, цель и задачи, основные функции маркетинга.
16. Маркетинг в здравоохранении. Виды маркетинга в здравоохранении. Цель, задачи, функции маркетинга в здравоохранении.
17. Управление маркетингом. Концепции управления маркетингом. Задачи и этапы управления маркетингом
18. Маркетинговые исследования. Этапы маркетинговых исследований.
19. Основные подходы, концепции маркетинговой деятельности организации.

**Вопросы к экзамену** - не предусмотрены учебным планом.
**Курсовая работа** - не предусмотрена учебным планом.

**ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ**

| № п/п | Содержание изменения | Измененные пункты | Решение Учебно-методического совета |
|---|---|---|---|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |