

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Богдалова Елена Владимировна

Должность: Исполняющий обязанности проректора по образовательной деятельности

Дата подписания: 16.01.2025 17:26:18

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

## 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. ПК-6.2. Умеет управлять процессами, обеспечивающими качество медицинской помощи, а также применять маркетинговые технологии в области общественного здоровья и здравоохранения. 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. 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. 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<sup>1</sup>

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

<sup>1</sup> 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 <sup>2</sup> , работы, формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенций	Контролируемые разделы (этапы) практики <sup>3</sup>	Оценочные средства, используемые для оценки уровня сформированности компетенций <sup>4</sup>	Критерии оценивания результатов обучения
ПК-6	Знает					
	Недостаточный уровень	<i>ПК-6-3-1. Не знает основные процессы, обеспечивающие качество медицинской помощи, а также маркетинговые технологии в области общественного</i>	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

<sup>2</sup> Лекционные занятия, практические занятия, лабораторные занятия, самостоятельная работа...

<sup>3</sup> Наименование темы (раздела) берется из рабочей программы дисциплины.

<sup>4</sup> 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	<i>ПК-6-3-2. На базовом уровне знает основные процессы, обеспечивающие качество медицинской помощи, а также маркетинговые технологии в области общественного здоровья и здравоохранения.</i>	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	<i>ПК-6-3-3. На среднем уровне знает основные процессы, обеспечивающие качество медицинской помощи, а также маркетинговые технологии в области общественного здоровья и здравоохранения.</i>	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	<i>ПК-6.3-4. На высоком уровне знает основные процессы, обеспечивающие</i>	Лекционные и практические занятия, в том числе интерактивные			Дискуссия, Реферат	Отлично знает основные процессы, обеспечивающие качество медицинской

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

		<i>применять маркетинговые технологии.</i>				маркетинговые технологии	
Высокий уровень		<i>ПК-6.У-1. На высоком уровне умеет управлять процессами, обеспечивающими качество медицинской помощи, а также применять маркетинговые технологии</i>	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		<i>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.</i>	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		<i>ПК-6.В-1. На базовом уровне владеет практическим опытом управления процессами, обеспечивающими качество медицинской помощи, а также</i>	Лекционные и практические занятия, в том числе интерактивные лекции			Дискуссия, Реферат	Владеет некоторым практическим опытом управления процессами, обеспечивающими качество медицинской помощи, а также применения



		<i>применения маркетинговых технологий в области общественного здоровья и здравоохранения..</i>				маркетинговых технологий в области общественного здоровья и здравоохранения
	Средний уровень	<i>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.</i>	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	<i>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..</i>	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	<i>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.</i>	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	<i>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</i>	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	<i>ПК-10.3-1. На среднем уровне знает экономические основы и особенности</i>	Лекционные и практические занятия, в том числе интерактивные	Экономика и маркетинг в здравоохранении	Дискуссия, Реферат	Знает и понимает экономические основы и особенности ценообразования на	

		<i>ценообразования на рынке медицинской продукции и услуг, порядок установления ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик, влияющих на стоимость продукции и услуг</i>	лекции			рынке медицинской продукции и услуг, порядок установления ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик, влияющих на стоимость продукции и услуг
Высокий уровень		<i>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</i>	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		<i>ПК-10.У-1. Не умеет составлять и оформлять по результатам экономической экспертизы документы в виде заключения,</i>	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

		<i>использовать вычислительную и иную вспомогательную технику, средства связи и коммуникаций</i>				иную вспомогательную технику, средства связи и коммуникаций
Базовый уровень	<i>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</i>	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	<i>ПК-10.У-1. На среднем уровне умеет составлять и оформлять по результатам экономической экспертизы документы в виде заключения, использовать вычислительную и</i>	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	

		<i>иную вспомогательную технику, средства связи и коммуникаций</i>				материалов, владеет современными стратегиями поиска научной информации
Высокий уровень	<i>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</i>	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	<i>ПК-10.В-1. Не владеет практическим опытом анализа показателей деятельности организации и его структурных подразделений</i>	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	<i>ПК-10.В-1. На базовом уровне владеет практическим</i>	Лекционные и практические занятия, в том числе	Экономика и маркетинг в здравоохранении	Дискуссия, Реферат	Владеет практическим опытом анализа показателей	

		<i>опытом анализа показателей деятельности организации и его структурных подразделений</i>	интерактивные лекции			<i>деятельности организации и его структурных подразделений</i>
Средний уровень		<i>ПК-10.В-1. На среднем уровне владеет практическим опытом анализа показателей деятельности организации и его структурных подразделений</i>	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		<i>ПК-10.В-1. На высоком уровне владеет практическим опытом анализа показателей деятельности организации и его структурных подразделений</i>	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 относиться 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.

**Третью** 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) преискуранные

**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: неосвязаемость, 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. 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. 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.  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.

