



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА БИОМЕДИЦИНЫ

«СОГЛАСОВАНО»

Руководитель ОП

 П.Ф. Кику

«01» сентября 2018 г



«УТВЕРЖДАЮ»

Директор Департамента общественного
здоровья и профилактической медицины

 П.Ф. Кику

«01» сентября 2018 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Менеджмент и маркетинг в здравоохранении

Направление подготовки 32.04.01 «Общественное здравоохранение»
Образовательная программа «Организация и управление медицинской и
фармацевтической деятельностью»
Форма подготовки – очная

курс 1 семестр 1
лекции 18 час
практические занятия 36 час
лабораторные работы – не предусмотрены
в том числе с использованием МАО лек. 4 час./ прак. 10 час.
всего часов аудиторной нагрузки 54 час..
в том числе с использованием МАО 14 час
самостоятельная работа 54 час.
реферативные работы 1
контрольные работы (количество) - 1
зачет 1 семестр

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями образовательного стандарта высшего образования, самостоятельно установленного ДВФУ по направлению 32.04.01 Общественное здравоохранение, утвержденный приказом ректора ДВФУ №12-13-1282 от 07.07.2015г.

Рабочая программа дисциплины обсуждена на заседании Департамента общественного здоровья и профилактической медицины, протокол № 1 от «01»сентября 2018г.

Директор Департамента: д.м.н., к.т.н., профессор Кику П.Ф.

Составитель: к.м.н., доцент Рассказова В.Н.

1. Рабочая учебная программа пересмотрена на заседании Департамента:

Протокол от « ____ » _____ 20__ г. № _____

Директор _____ П.Ф.Кику
(подпись) (и.о. фамилия)

II. Рабочая учебная программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от « ____ » _____ 20__ г. № _____

Директор _____ П.Ф.Кику
(подпись) (и.о. фамилия)

Аннотация

Курс «Менеджмент и маркетинг в здравоохранении» разработан для специальности 32.04.01 «Общественное здравоохранение».

Дисциплина входит в базовую часть профессионального цикла дисциплин учебного плана (индекс Б1.Б.04).

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов, включает 18 часов лекций, 36 часов – практические занятия и 54 часа – самостоятельная работа. Форма контроля по дисциплине – зачет.

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в здравоохранении» логически и содержательно связан с такими дисциплинами программы, как: «Экономика здравоохранения», «Здравоохранение в зарубежных странах. Международное сотрудничество в области здравоохранения», «Проблемы организации лечебно-профилактической помощи населению», «Социальное страхование и качество медицинской помощи», «Системный анализ и управление в здравоохранении», «Правовые вопросы медицины».

Цель дисциплины: дать магистрам знания теоретических и практических основ современного эффективного управления, понятия менеджмента, как науки и искусства, без которого невозможно создание эффективного рынка и правового государства, а также подготовить специалиста с современным экономическим мышлением, владеющего методами маркетинга в здравоохранении.

Задачи дисциплины:

- изучить основные концепции и подходы к управлению и самоуправлению организаций, разработанных наукой и практикой, как за рубежом, так и в нашей стране;
- усвоение основ знаний маркетинговой деятельности и выработка нового экономического мышления;
- сформировать у менеджеров управленческое мировоззрение, мышление, умения и навыки по принятию и реализации управленческих решений;

- формирование навыков поведения в условиях рыночной экономики и конкуренции;

- изучить современную систему взглядов на менеджмент;

- изучить социальные аспекты управления, такие как: лидерство, стиль, мотивация, человек в системе менеджмента и др.

- овладение навыками принятия экономических решений в конкретных условиях работы лечебных учреждений в целях повышения качества медицинского обслуживания и экономического эффекта лечебно-профилактических мероприятий.

В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:

Знать:

- природу управления и основные тенденции его развития;

- эволюцию маркетинга в здравоохранении;

- особенности организации управленческой деятельности;

- основные понятия маркетинга;

- закономерности управления различными системами;

- понятия, виды и признаки организации;

- составляющие внешней и внутренней среды организации;

- основы управления производственно-хозяйственной деятельностью предприятий и предпринимателей;

- трудовые отношения на предприятии и особенности управления трудовыми ресурсами;

- возможности использования информационных технологий в управленческой деятельности;

- принципы регулирования финансовой деятельности медицинских организаций;

- особенности управления деятельностью предприятий и организаций;

- виды и принципы построения организационных структур;

- основные функции управленческой деятельности;

- факторы эффективности менеджмента;

- принципы инновационного управления в медицинских организациях;
- менеджмент публичных отношений;
- функции управления в системе связей с общественностью;
- виды организационных структур медицинских организаций;
- сущность маркетинговой деятельности организации здравоохранения.

Уметь:

- использовать зарубежный и отечественный опыт управления современными организациями;
- проводить оценку внешней и внутренней среды организации;
- планировать и проектировать;
- управлять коллективом
- использовать информационные технологии в управленческой деятельности;
- эффективные решения, используя различные модели и методы принятия управленческих решений;
- управлять персоналом организации;
- проектировать организационные структуры;
- разрешать конфликты в организационной среде;
- оценивать эффективность управленческой деятельности;
- эффективно делегировать полномочия;
- использовать внутреннюю и внешнюю мотивацию при управлении трудовыми ресурсами организации;
- управлять собой;
- разрабатывать стратегический план конкретного предприятия;
- использовать эффективные, в конкретной ситуации, стили управления;
- управлять производственной, финансовой и маркетинговой сферами деятельности медицинской организации;
- использовать стратегический подход к управлению публичными отношениями;
- уметь организовать деятельность по связям с общественностью;
- оценивать результаты PR-деятельности;

- управлять лекарственным обеспечением;
- организовывать на научной основе свою маркетинговую работу в области медицины;
- организовывать работу исполнителей в соответствии с социальной ответственностью и экономической целесообразностью в деятельности организации здравоохранения;
- самостоятельно работать с маркетинговой информацией (учебной, справочной, нормативной, научной);
- определять затраты на проведение профилактических и лечебно-оздоровительных мероприятий, планировать и осуществлять маркетинговые мероприятия.

Владеть:

- ключевыми категориями, методами и принципами управления;
- особенностями западноевропейского, японского и российского менеджмента;
- этапами развития и школами в истории менеджмента;
- основными подходами в управлении;
- инновационными методами стратегического управления современными организациями;
- правовыми основами деятельности предприятий и организаций различных форм собственности;
- принципами построения организаций;
- принципами кредитования и кредитно-расчетными правоотношениями в торговле;
- возможностями автоматизации управленческой деятельности;
- содержательными и процессуальными теориями мотивации;
- правоотношениями в сфере трудового законодательства;
- основными категориями риск-менеджмента;
- финансовым механизмом и его структурой;
- организационными структурами PR-компаний;

- экономической оценкой PR-проектов;
- навыками составления формулярного списка;
- навыками расчета и оценки экономических показателей деятельности лечебно- профилактических учреждений;
- навыками расчета и анализа показателей, характеризующих финансовое состояние лечебно-профилактических учреждений;
- разработки маркетингового комплекса.

В результате изучения данной дисциплины у студентов формируются следующие **общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):**

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОК-3 умение работать в проектных междисциплинарных командах, в том числе в качестве руководителя	Знает	принципы разработки научно-исследовательских проектов
	Умеет	применять знания разработке научного проекта в составе авторского коллектива
	Владеет	навыками разработки научных проектов в составе авторского коллектива
ОК-10 готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	Знает	понятия о саморазвитии, самореализации и использовании творческого потенциала
	Умеет	использовать творческий потенциал
	Владеет	навыками саморазвитию, самореализации, использования творческого потенциала
ОПК-1 способность и готовность к подготовке и применению научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации	Знает	принципы подготовки и применения научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации
	Умеет	готовить научную, научно-производственную, проектную, организационно-управленческую и нормативную документацию по бухгалтерскому учету и аудиту
	Владеет	навыками подготовки научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации по бухгалтерскому учету и аудиту
ОПК-3 способность и готовность к работе в команде; способностью	Знает	Понятия лидерства, командной работы, ответственности, современные аспекты медицинского права, основные положениями и

к действиям в рамках согласованных целей и задач; способностью брать на себя личную ответственность и лидерство в планировании и осуществлении профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия		нормы ведущих отраслей права (гражданского, семейного, трудового, административного права), как гарантов обеспечения прав и законных интересов граждан РФ в сфере здравоохранения
	Умеет	<p>работать в команде, способен к действиям в рамках согласованных целей и задач; способен брать на себя личную ответственность и лидерство в планировании и осуществлении профессиональной деятельности</p> <p>- адекватно применять необходимые нормы права в своей профессиональной деятельности и в работе учреждений здравоохранения,</p> <p>- решать практические задачи по формированию культуры профессионального общения врача с пациентами, коллегами и руководством</p>
	Владеет	<p>навыками к работе в команде; способностью к действиям в рамках согласованных целей и задач; способностью брать на себя личную ответственность и лидерство в планировании и осуществлении профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;</p> <p>навыками аналитического анализа влияния профессиональной этики врача на качество и доступность оказания медицинской помощи пациентам;</p> <p>навыками подготовки предложений по отдельным вопросам совершенствования моральных норм в деятельности медицинских организаций.</p>
ПК-3 способность и готовность к планированию, организации и осуществлению мероприятий по обеспечению охраны здоровья населения	Знает	принципы организации и осуществления мероприятий по обеспечению охраны здоровья населения
	Умеет	планировать мероприятия по обеспечению охраны здоровья населения
	Владеет	навыками организации и осуществлению мероприятий по обеспечению охраны здоровья населения

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Менеджмент и маркетинг в здравоохранении» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: лекции – конференции,

проблемные лекции, лекции-визуализации; практические занятия – диспут, круглый стол (подготовка и обсуждение рефератов).

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

(18 часов, в том числе с использованием МАО – 4 часа)

Тема 1. Теория управления. Эволюция менеджмента. Маркетинг в здравоохранении. Объекты исследования и основные элементы маркетинга медицинских услуг (2 час.)

Сущность и содержание понятия менеджмент. Предмет, метод и задачи науки управления. Системный подход к управлению. Уровни и виды менеджмента. Принципы, закономерности и законы менеджмента. Научный менеджмент. Классическая школа. Школа человеческих отношений. Школа поведенческих наук. Количественный и системный подходы. Ситуационный анализ и новые подходы. Основные понятия маркетинга: Нужда, потребность, запрос, товар или услуга, обмен, сделка, рынок, цена, конкуренция, реклама. Концепция управления маркетингом. Анализ рыночных возможностей. Отбор целевых рынков.

Тема 2. Общая характеристика менеджмента. Сегментирование рынка и позиционирование услуги на рынке медицинских услуг (2 час.)

Развитие теории и практики менеджмента. Внутренняя и внешняя среды организации. Этика менеджмента и социальная ответственность организации. Основные процедуры сегментации рынка. Этапы и методы сегментации рынка услуг медицинской сферы. Сегментация рынка по типам потребителей. Основные критерии сегментации рынка по параметрам услуг. Сегментация рынка по продуцентам услуг. Критерии оценки и выбора целевых сегментов рынка услуг.

Тема 3. Организации как объекты управления. Природа организации в здравоохранении. Конкурентоспособность медицинских услуг (2 час.)

Определение понятия «организация». Организация как управленческий объект. Классификация организаций. Виды хозяйственных организаций. Типология организаций, осуществляющих предпринимательскую деятельность в соответствии с законодательством РФ. Типология организаций в здравоохранении РФ. Различают два вида спроса: **эластичный и неэластичный**. Первый связан с экономичным потребителем. Спрос у этих пациентов - покупателей медицинских услуг в значительной степени зависит от цены. Второй вид спроса связан с престижным потребителем, для которого цена не имеет важного значения.

Тема 4. Постановка целей и планирование в медицинской организации. Категория стоимости и ценообразования в здравоохранении. Медицинская услуга как товар. Рынок медицинских услуг. Понятия о затратах, себестоимости и стоимости медицинских услуг (2 час.)

Разработка и внедрение стратегии. Проектирование организации. Мотивация. При расчете себестоимости медицинских услуг используется структура затрат, входивших в смету медицинских учреждений. Таким образом, смета нашла новое применение в ценообразовании, так как отражает основные [затраты на производство](#) медицинских услуг.

Тема 5. Общее понятие функций управления и их классификация. Маркетинговые коммуникации. Элементы комплекса маркетинговых коммуникаций. Особенности коммуникаций на рынке медицинских услуг (2 час.)

Сущность и место функций управления в системе управления. Общие функции управления, конкретные функции. Взаимосвязь функций управления. Особенности управленческой деятельности в учреждениях здравоохранения. Регламентация функций в должностных инструкциях. Законодательные и правовые акты.

Технология коммуникативной деятельности на рынке медицинских услуг. Этапы коммуникативной деятельности. Средства распространения

информации. Особенности рекламной деятельности в сфере медицинских услуг.

Тема 6. Функции управления, их специфика в здравоохранении. Маркетинговые стратегии в сфере медицинских услуг. Этапы формирования стратегии (2 час)

Планирование. Стратегическое планирование. Организация. Координация. Мотивация. Регулирование. Контроль.

Оперативное управление. Управление технологиями в деятельности МО. Управление медицинским персоналом. Управление маркетингом в здравоохранении. Управление качеством в лечебно-профилактических учреждениях.

Понятие и основные компоненты маркетинговой стратегии. Типология и виды стратегий маркетинга. Основные этапы формирования стратегии маркетинга в отрасли медицинских услуг. Маркетинговые цели предприятий. Структура и содержание маркетинговой стратегии. Критерии выбора оптимальных вариантов решения маркетинговых проблем.

Тема 7. Коммуникации в системе управления медицинской организацией. Конкуренция и ценообразование на рынке медицинских услуг (2 час.)

Принятие управленческих решений. Групповая динамика и руководство. Контроль.

Конкуренция и конкурентоспособность.

Понятие о цене и основные функции. Ценовые проблемы рынка услуг отрасли здравоохранения. Формирование цены на медицинские услуги. Приспособление цены.

Тема 8. Власть и влияние (2 час.)

Лидерство. Управление человеческими ресурсами. Эффективность управления.

Тема 9. Основы рационального фармацевтического менеджмента и маркетинга (2 час.)

Понятие о рациональном фармацевтическом менеджменте и маркетинге. Формулярная система.

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

(36 часов, в том числе с использованием МАО – 10 час.)

Занятие 1. Методологические основы менеджмента. Исторические предпосылки маркетинговой деятельности в условиях формирования рыночных отношений в здравоохранении (4 час.)

1. Подсистемы управления и синергический эффект управления, применяемые на российских предприятиях, в медицинских организациях.

2. Макроокружение.

3. Непосредственное окружение.

4. История возникновения маркетинга, предпосылки возникновения маркетинга в здравоохранении.

5. Основные понятия и термины маркетинга. Понятие рынка общественного здоровья.

6. Анализ рыночных возможностей. Отбор целевых рынков.

7. Основные процедуры сегментации рынка. Этапы и методы сегментации рынка услуг медицинской сферы.

Занятие 2. Социальные факторы и этика менеджмента. Рынок медицинских услуг и рыночные отношения в здравоохранении. Управление маркетингом. Концепции управления маркетингом (4 час.)

1. Этапы взаимодействия человека и организации на примере современного медицинского центра.

2. Адаптация и профессиональная ориентация сотрудника на примере современного предприятия.

3. Определение рынка медицинских услуг. Понятие конкуренции.

4. Основные черты рынка в зависимости от вида конкуренции и подходы по внедрению рыночной ориентации.

5. Маркетинговые стратегии

6. Процесс управления маркетингом. Основные принципы маркетинга в здравоохранении.

Занятие 3. Интеграционные процессы в менеджменте. Услуги, их особенность как товара. Анализ рынка. Маркетинговые среды в здравоохранении (4 час.)

1. Миссия и цели современной организации.
2. Метод управления по целям Дракера на примере современного медицинского центра.
3. Понятие услуги с учетом законодательства и систем международной и отечественной стандартизации.
4. Разделение услуг на типы и категории предложения услуг.
5. Классификация услуг. Отличительные черты услуг и их маркетинговое значение. Понятие услуги как товара.
6. Определение понятия маркетинговой среды организации.
7. Основные факторы маркетинговой макро-и микросреды.
8. Анализ поведения потребителей медицинских услуг.

Занятие 4. Динамика групп и лидерство в системе менеджмента. Разработка маркетингового комплекса (4 час.)

1. Влияние и власть. Источники власти. Лидерство и управление на примере современных медицинских организаций, страховых компаний.
2. Системы управления Лайкерта. Управленческая сетка Блейка- Моутон на примере современных медицинских организаций.
3. Выбор целевого рынка.
4. Источники рыночной информации.
5. Разработка маркетингового комплекса

Занятие 5. Факторы эффективности менеджмента. Маркетинговая деятельность МО (4 час.)

1. Гармонизация интересов работника и организации. Малые самоорганизующиеся команды.
2. Модернизация системы отбора и приема персонала.

3. Основные разделы и положения маркетингового плана ЛПУ.
4. Цели и задачи маркетинговой службы ЛПУ.
5. Последовательность действий ЛПУ, предоставляющего на рынок медицинских услуг свою услугу

Занятие 6. Управление конфликтами в медицинской организации (4 час.)

1. Классификация конфликтов.
2. Причины конфликтов в медицинских организациях, в системе «врач – пациент».

Занятие 7. Государственная политика в сфере лекарственного обеспечения. Реализация маркетинга в отношении медицинских и фармацевтических услуг (4 час.)

1. Стратегия лекарственного обеспечения населения Российской Федерации на период до 2025 года.
2. Приоритеты государственной политики в сфере лекарственного обеспечения населения РФ.
3. Медицинский маркетинг.
4. Предпринимательство в здравоохранении.
5. Реализация маркетинга в отношении медицинских и фармацевтических услуг.

Занятие 8. Законодательство об обращении лекарственных средств. Организация лекарственного обеспечения льготной категории граждан (4 час.)

1. Современные экономические условия и организация снабжения медикаментами лечебных учреждений и населения.
2. Жизненно-важные и необходимые лекарственные средства.

Занятие 9. Фармако-экономический анализ. Формулярная система и служба клинической фармакологии (4 час.)

1. Типы фармакоэкономического анализа и их значение.
2. ABC-VEN, XVZ, DDD-анализ лекарственных средств.

3. Общие принципы построения формулярной системы.

4. Роль службы клинической фармакологии как гаранта рациональной фармакотерапии.

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в Приложении 1 и включает в себя:

- план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;
- характеристика заданий для самостоятельной работы студентов и методические рекомендации по их выполнению;
- требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;
- критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые модули/ разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства - наименование		
			текущий контроль	промежуточная аттестация	
1	Раздел 1 Маркетинг в здравоохранении	ОК-3 ОК-10 ОПК-1 ОПК-3 ПК-3	Знает	Собеседование УО-1, реферат ПР-4	Зачет Вопросы 1-28
			Умеет	Тесты ПР-1, эссе ПР-3	
			Владеет	Презентация, Работа в малых группах, доклады УО-3	
2.	Раздел 2. Менеджмент в здравоохранении	ОК-3 ОК-10 ОПК-1 ОПК-3 ПК-3	Знает	Собеседование УО-1, реферат ПР-4	Зачет Вопросы 1-86
			Умеет	Тесты ПР-1, эссе ПР-3	
			Владеет	Презентация, Работа в малых	

				группах, доклады УО-3	
--	--	--	--	--------------------------	--

Контрольные и методические материалы, а также критерии и показатели необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы представлены в Приложении 2.

V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

1. Маркетинг / Нуралиев С.У., Нуралиева Д.С. - М.: Дашков и К, 2018. - 362 с.: ISBN 978-5-394-02115-2 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415135>

2. Алексунин В.А. Маркетинг / Алексунин В.А., - 6-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 216 с. <http://znanium.com/catalog/product/511979>

3. Маркетинг: Учебное пособие / Басовский Л.Е., Басовская Е.Н., - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 233 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование) (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-16-011840-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/544241>

4. Маркетинг: Учебное пособие / Герасимов Б. И., Жариков В. В., Жарикова М. В. - 2-е изд. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 320 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование) (Обложка) ISBN 978-5-00091-180-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/537690>

5. Короткий С.В. Менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Короткий С.В.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2018.— 225 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72358.html>.— ЭБС «IPRbooks»

6 Мальшина Н.А. Менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие для СПО/ Мальшина Н.А.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Профобразование, 2017.— 133 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/69861.html>.— ЭБС «IPRbooks»

7 Горбенко Л.И. Менеджмент [Электронный ресурс]: практикум/ Горбенко Л.И., Борис О.А.— Электрон. текстовые данные.— Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2016.— 132 с.—

Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66052.html>.— ЭБС «IPRbooks»

8. Кнышова Е.Н. Менеджмент: Учебное пособие/ Кнышова Е. Н. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 304с.

<http://znanium.com/catalog/product/492807>

9. Гудилин А.А. Менеджмент [Электронный ресурс]: практикум/ Гудилин А.А., Скрябин О.О.— Электрон. текстовые данные.— М.: Издательский Дом МИСиС, 2015.— 82 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/56560.html>.— ЭБС «IPRbooks»

10. Общественное здоровье и здравоохранение [Электронный ресурс] : учебник / Медик В. А., Юрьев В. К. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : ГЭОТАР-Медиа, 2016. – 608с.

<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970437100.html>

Дополнительная литература

1. Рахылбеков Т.К. Финансовый менеджмент в здравоохранении. ГЭОТАР-Медиа. – 2014. – 312 с.

2. Медицина, основанная на доказательствах: учебное пособие. Петров В.И., Недогода С.В. 2012. - 144 с. Режим доступа:

3. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970423219.html>

4. Трифонов И.В. Эффективный начмед / И.В. Трифонов. – М.: ГЭОТАР-Медиа, 2010. - 72 с. Режим доступа:

<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970415467.html>

5. Щепин О.П., Медик В.А. Общественное здоровье и здравоохранение/ О.П. Щепин, В.А. Медик. – М.: ГЭОТАР-Медиа, 2012. - 592 с.

Режим доступа:

<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970422168.html>

6. Экономика здравоохранения: учебное пособие. Решетников А.В., Алексеева В.М., Галкин Е.Б. и др. / Под ред. А.В. Решетникова. 2-е изд. - 2010. - 272 с. Режим доступа:

<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970416044.html>

7. Основы экономики: учебник / И.В. Липсиц. - 2013. - 336 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970424124.html>

8. Иванов В.В., Коробова А.Н. Муниципальный менеджмент. Справочное пособие / В.В. Иванов, А.Н. Коробова 2014. – 717 с. <http://window.edu.ru/resource/947/14947>

9. Хмельёва Г.А. Человеческий капитал как условие формирования инновационной экономики региона. Монография / Г.А. Хмельёва . САГМУ. – 2014 - 168 с. <http://window.edu.ru/library/pdf2txt/892/79892/60284>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной среды «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Студенческая библиотека <http://www.studmedlib.ru>
2. <http://www.pharmed.uz/literatura/40102-patofiziologiya.html>
3. <http://medi.ru/doc/80.htm>
4. <http://www.cytokines.ru/>
5. <http://www.scsml.rssi.ru/>
6. <http://med-lib.ru/speclit/patfiz/index.php>
7. <http://www.medliter.ru/?page=list&id=09>
8. <http://www.rmj.ru/medjurnrus.htm>
9. Справочно-правовая система Консультант плюс.
10. <http://vladmedicina.ru> Медицинский портал Приморского края
11. <http://www.rosminzdrav.ru> Официальный сайт Министерства здравоохранения Российской Федерации
12. <http://meduniver.com> Медицинский сайт о различных сферах медицины
13. Электронная библиотека «Консультант»;

14. Всемирная организация здравоохранения: <http://www.who.int/ru>;
15. Министерство здравоохранения РФ: <http://www.minzdravsoc.ru>;
16. Концепция развития здравоохранения до 2020 года
<http://www.zdravo2020.ru>;
17. Национальный НИИ общественного здоровья РАМН <http://www.niph.ru>;
18. ФГУ «ЦНИИОИЗ Минздрав РФ» <http://www.mednet.ru>;
19. Справочно-информационная система «Гарант»;
20. Справочно-информационная система «Консультант +»;
21. Межбиблиотечная система поиска библиографических ссылок
www.signa.ru
22. сайт ДВФУ – Каталог электронных ресурсов
<http://www.dvfu.ru/web/library/elib>

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

- Microsoft Office Professional Plus 2010;
- офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.);
- 7Zip 9.20 - свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных;
- ABBYY FineReader 11 - программа для оптического распознавания символов;
- Adobe Acrobat XI Pro – пакет программ для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF;
- ESET Endpoint Security - комплексная защита рабочих станций на базе ОС Windows. Поддержка виртуализации + новые технологии;
- WinDjView 2.0.2 - программа для распознавания и просмотра файлов с одноименным форматом DJV и DjVu.

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Теоретическая часть дисциплины «Менеджмент и маркетинг в здравоохранении» раскрывается на лекционных занятиях, так как лекция является основной формой обучения, где преподавателем даются основные понятия дисциплины.

Последовательность изложения материала на лекционных занятиях, направлена на формирование у студентов ориентировочной основы для последующего усвоения материала при самостоятельной работе.

Практические занятия курса проводятся по всем разделам учебной программы. Практические работы направлены на формирование у студентов навыков самостоятельной исследовательской работы. В ходе практических занятий магистр выполняет комплекс заданий, позволяющий закрепить лекционный материал по изучаемой теме.

Активному закреплению теоретических знаний способствует обсуждение проблемных аспектов дисциплины в форме семинара и занятий с применением методов активного обучения. При этом происходит развитие навыков самостоятельной исследовательской деятельности в процессе работы с научной литературой, периодическими изданиями, формирование умения аргументированно отстаивать свою точку зрения, слушать других, отвечать на вопросы, вести дискуссию.

Лекционные занятия ориентированы на освещение основных тем в каждый раздел курса и призваны ориентировать студентов в предлагаемом материале, заложить научные и методологические основы для дальнейшей самостоятельной работы студентов.

Особо значимой для профессиональной подготовки студентов является *самостоятельная работа* по курсу. В ходе этой работы студенты отбирают необходимый материал по изучаемому вопросу и анализируют его. Самостоятельная работа с литературой включает в себя такие приемы как

составление плана, тезисов, конспектов, аннотирование источников, написание контрольных работ.

Студентов необходимо познакомить с основными источниками, без которых невозможно полноценное понимание проблематики курса. Поэтому эти источники рекомендованы студентам для домашнего изучения и включены в программу.

Освоение курса должно способствовать развитию навыков обоснованных и самостоятельных оценок фактов и научных концепций. Поэтому во всех формах контроля знаний, особенно при сдаче зачета, внимание должно быть обращено на понимание основного проблемного поля, на умение критически использовать ее результаты и выводы.

В процессе преподавания дисциплины применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения:

Лекционные занятия:

1. Проблемная лекция.

Лекция начинается с постановки преподавателем проблемы, которые решаются в ходе изложения материала. Для ответа на проблему требуется размышление всей аудитории. В течение лекции мышление студентов происходит с помощью создания преподавателем проблемной ситуации до того, как они получают всю необходимую информацию, составляющую для них новое знание. Таким образом, студенты самостоятельно пробуют найти решение проблемной ситуации.

Учебные проблемы доступны по своей трудности для студентов, они учитывают познавательные возможности обучаемых, исходят из изучаемого предмета и являются значимыми для усвоения нового материала и развития личности - общего и профессионального.

Проблемная лекция обеспечивает творческое усвоение будущими специалистами принципов и закономерностей изучаемой науки, активизирует учебно-познавательную деятельность студентов, их

самостоятельную аудиторную и внеаудиторную работу, усвоение знаний и применение их на практических занятиях.

Практические занятия акцентированы на наиболее принципиальных и проблемных вопросах и призваны стимулировать выработку собственной позиции по данным темам.

В работе со студентами используются разнообразные средства, формы и методы обучения (информационно-развивающие, проблемно-поисковые): метод научной дискуссии, конференция или круглый стол, анализ конкретных учебных ситуаций (case study).

Конференция или круглый стол

При использовании данного метода можно приглашать различных специалистов, занимающихся изучением рассматриваемой проблемы или работающих по изучаемой студентами теме. Это могут быть ученые, экономисты, деятели искусства, представители общественных организаций, государственных органов и т. п.

Перед такой встречей преподаватель предлагает студентам выдвинуть интересующую их по данной теме проблему и сформулировать вопросы для их обсуждения. Если студенты затрудняются, то преподаватель может предложить ряд проблем и вместе со студентами выбрать более интересную для них. Выбранные вопросы передаются приглашенному специалисту «круглого стола» для подготовки к выступлению и ответам. Одновременно на «круглый стол» могут быть приглашены несколько специалистов, занимающихся исследованием данной проблемы. Чтобы заседание «круглого стола» проходило активно и заинтересованно, необходимо настроить слушателей на обмен мнениями и поддерживать атмосферу свободного обсуждения.

При применении всех этих форм занятий студенты получают реальную практику формулирования своей точки зрения, осмысления системы аргументации, т. е. превращения информации в знание, а знаний в убеждения и взгляды.

Коллективная форма взаимодействия и общения учит студентов формулировать мысли на профессиональном языке, владеть устной речью, слушать, слышать и понимать других, корректно и аргументировано вести спор. Совместная работа требует не только индивидуальной ответственности и самостоятельности, но и самоорганизации работы коллектива, требовательности, взаимной ответственности и дисциплины. На таких семинарах формируются предметные и социальные качества профессионала, достигаются цели обучения и воспитания личности будущего специалиста.

Особенности коллективной мыслительной деятельности в том, что в ней существует жесткая зависимость деятельности конкретного студента от сокурсника; она помогает решить психологические проблемы коллектива; происходит «передача» действия от одного участника другому; развиваются навыки самоуправления.

Имеются различные формы организации и проведения данного вида занятий, такие как **пресс-конференция**.

На предшествующем занятии преподаватель дает задание студентам индивидуально ответить на вопросы практического занятия и коллективно обсудить варианты решения одной и той же ситуации, что существенно углубляет опыт обучаемых. Сталкиваясь с конкретной ситуацией, обучаемый должен определить: есть ли в ней проблема, в чем она состоит, определить свое отношение к ситуации. Вместе с тем каждый студент должен путем вживания в роль конкретных исторических деятелей проанализировать причины, ход и результаты проводимых мероприятий. Практическое занятие начинается со вступительного слова преподавателя, в котором озвучивается проблемы для обсуждения. По мере обсуждения каждый из студентов имеет возможность ознакомиться с вариантами решения, послушать и взвесить множество их оценок, дополнений, изменений, вступить в диалог и дискуссию.

По мере обсуждения вопросов практического занятия развиваются аналитические способности обучающихся, способствуют правильному

использованию имеющейся в их распоряжении информации, вырабатывать самостоятельность и инициативность в решениях.

На завершающем этапе занятия, преподаватель корректируя выводы по выступлениям учащихся, делает общие выводы по каждому практическому заданию и общий результат по всему занятию.

Метод научной дискуссии

Академическая группа подразделяется на две подгруппы - генераторов и критиков идей. Выделяют еще три человека - эксперты-аналитики.

Практическое занятие реализуется в четыре этапа:

Первый – подготовительный (осуществляется за 1-2 недели до практического занятия). Преподаватель проводит инструктаж о цели, содержании, характере, правилах участия в игре. Подготовка студентов включает:

- определение цели занятия, конкретизацию учебной задачи;
- планирование общего хода занятия, определение времени каждого этапа занятия;
- разработку критериев для оценки поступивших предложений и идей, что позволит целенаправленно и содержательно проанализировать и обобщить итоги занятия.

Категорически запрещаются взаимные критические замечания и оценки, они мешают возникновению новых идей. Следует воздерживаться от действий, жестов, которые могут быть неверно истолкованы другими участниками сессии. Как бы ни была фантастична или невероятна идея, выдвинутая кем-либо из участников сессии, она должна быть встречена с одобрением. Чем больше выдвинуто предложений, тем больше вероятность появления новой и ценной идеи.

Второй – занятие начинается с того, что генераторы идей быстро и четко характеризуют правителя, ситуацию в стране и высказывают все предложения по решению названной проблемы;

Третий - критики идей «атакуют» - отбирают наиболее ценные, прогрессивные из них, анализируют, оценивают, критикуют и включают в список актуальных предположений, обеспечивающих решение проблемы;

Четвертый - эксперты анализируют и оценивают деятельность обеих подгрупп, значимость выдвинутых идей.

Цель преподавателя — организация коллективной мыслительной деятельности по поиску нетрадиционных путей решения задач, при обсуждении спорных вопросов, гипотез, проблемных или конфликтных ситуаций.

При написании рефератов рекомендуется самостоятельно найти литературу к нему. В реферате раскрывается содержание исследуемой проблемы. Работа над рефератом помогает углубить понимание отдельных вопросов курса, формировать и отстаивать свою точку зрения, приобретать и совершенствовать навыки самостоятельной творческой работы, вести активную познавательную работу.

Для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации проводится собеседование и опрос.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение реализации дисциплины включает в себя аудитории для проведения лекций и практических занятий, оборудованных мультимедийным обеспечением и соответствующие санитарным и противоположным правилам и нормам.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.

Лекционная аудитория:

<p>Мультимедийная аудитория: Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi; документ-камера CP355AF Avervision, видеочамера MP-HD718 Multipix; Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видеокоммутации: Подсистема аудиокоммутации и звукоусиления: усилитель мощности, беспроводные ЛВС на базе точек доступа 802.11a/b/g/n 2x2 MIMO(2SS).</p>	<p>690922, Приморский край, г. Владивосток, остров Русский, полуостров Саперный, поселок Аякс, 10, Школа биомедицины, ауд. М 422, площадь 158,6 м²</p>
---	---

Практические занятия:

<p>Мультимедийная аудитория: Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi; документ-камера CP355AF Avervision, видеочамера MP-HD718 Multipix; Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видеокоммутации: Подсистема аудиокоммутации и звукоусиления: усилитель мощности, беспроводные ЛВС на базе точек доступа 802.11a/b/g/n 2x2 MIMO(2SS).</p>	<p>690922, Приморский край, г. Владивосток, остров Русский, полуостров Саперный, поселок Аякс, 10, Школа биомедицины, ауд. М 419, площадь 74, 9 м²</p>
---	---

Самостоятельная подготовка студентов к практическим занятиям осуществляется в компьютерных классах, оборудованных выходом в интернет

<p>Компьютерный класс на 12 рабочих мест: Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64-bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wty (25 шт.)</p>	<p>690922, Приморский край, г. Владивосток, остров Русский, полуостров Саперный, поселок Аякс, 10, ауд. М612, площадь 47,2 м²</p>
<p>Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64-bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wty Скорость доступа в Интернет 500 Мбит/сек. Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечных текстов,</p>	<p>Читальные залы Научной библиотеки ДВФУ с открытым доступом к фонду (корпус А - уровень 10)</p>

сканирующими и читающими машинами видеоувеличителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками	
---	--



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА БИОМЕДИЦИНЫ

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ
РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Менеджмент и маркетинг в здравоохранении

Направление подготовки 32.04.01 «Общественное здравоохранение»

Образовательная программа «Организация и управление медицинской и
фармацевтической деятельностью»

Форма подготовки очная

Владивосток

2018

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1	1-6-я неделя	Подготовка рефератов	18 часов	Защита
2	7-12-я неделя	Подготовка презентации	18 часов	Защита
3	13-18-я неделя	Подготовка к зачету	18 часов	Зачет

Самостоятельная работа студентов состоит из подготовки к практическим занятиям, работы над рекомендованной литературой, написания докладов по теме семинарского занятия, подготовки презентаций, выполнения контрольной работы, рефератов.

Преподаватель предлагает каждому студенту индивидуальные и дифференцированные задания. Некоторые из них могут осуществляться в группе (например, подготовка доклада и презентации по одной теме могут делать несколько студентов с разделением своих обязанностей – один готовит научно-теоретическую часть, а второй проводит анализ практики).

Контрольные работы

1. Алгоритм исследования систем управления.
2. Основные подходы, используемые при построении организационных структур в современных условиях.
3. Профессиональная деятельность менеджера в современных условиях.
4. Анализ эффективной деятельности менеджера.
5. Роль менеджера в организации.
6. Совершенствование организации труда руководителей и специалистов на предприятии.

7. Анализ основных функций менеджмента.
8. Системный анализ как конкретизация системного подхода при решении проблем менеджмента.
9. Проблема профессионализации менеджеров.
10. Власть как механизм управления.

Перечень видов самостоятельной работы студента

Проработка лекций и подготовка к практическому занятию, подготовка доклада по выбранному аспекту темы или подбор практического материала для участия в дискуссии составляют содержание самостоятельной работы студента. Материалом для подготовки могут стать конспекты лекций, профессиональная литература, учебно-методическое обеспечение дисциплины. Формы текущего контроля: опрос, групповая дискуссия, контрольные задания, презентация доклада.

Одним из необходимых компонентов успешного освоения курса является написание реферата.

Методические рекомендации по написанию и оформлению реферата

Реферат – творческая деятельность магистранта, которая воспроизводит в своей структуре научно–исследовательскую деятельность по решению теоретических и прикладных проблем в определённой отрасли научного знания. В силу этого курсовая работа является важнейшей составляющей учебного процесса в высшей школе.

Реферат, являясь моделью научного исследования, представляет собой самостоятельную работу, в которой магистрант, аспирант, соискатель, решает проблему теоретического или практического характера, применяя научные принципы и методы данной отрасли научного знания. Результат данного научного поиска может обладать не только субъективной, но и объективной научной новизной, и поэтому может быть представлен для обсуждения научной общественности в виде научного доклада или сообщения на научно-практической конференции, а также в виде научной статьи.

Реферат выполняется под руководством научного руководителя и предполагает приобретение навыков построения делового сотрудничества, основанного на этических нормах осуществления научной деятельности. Целеустремлённость, инициативность, бескорыстный познавательный интерес, ответственность за результаты своих действий, добросовестность, компетентность – качества личности, характеризующие субъекта научно-исследовательской деятельности, соответствующей идеалам и нормам современной науки.

Реферат – это самостоятельная учебная и научно-исследовательская деятельность магистранта, аспиранта и соискателя. Научный руководитель оказывает помощь консультативного характера и оценивает процесс и результаты деятельности. Он предоставляет примерную тематику реферативных работ, уточняет совместно с магистрантом проблему и тему исследования, помогает спланировать и организовать научно-исследовательскую деятельность, назначает время и минимальное количество консультаций. Научный руководитель принимает текст реферата на проверку не менее чем за десять дней до защиты.

Традиционно сложилась определенная структура реферата, основными элементами которой в порядке их расположения являются следующие:

1. Титульный лист.
2. Задание.
3. Оглавление.
4. Перечень условных обозначений, символов и терминов (если в этом есть необходимость).
5. Введение.
6. Основная часть.
7. Заключение.
8. Библиографический список.
9. Приложения.

На титульном листе указываются: учебное заведение, выпускающая кафедра, автор, научный руководитель, тема исследования, место и год выполнения реферата.

Название реферата должно быть по возможности кратким и полностью соответствовать ее содержанию.

В оглавлении (содержании) отражаются названия структурных частей реферата и страницы, на которых они находятся. Оглавление целесообразно разместить в начале работы на одной странице.

Наличие развернутого введения – обязательное требование к реферату. Несмотря на небольшой объем этой структурной части, его написание вызывает значительные затруднения. Однако именно качественно выполненное введение является ключом к пониманию всей работы, свидетельствует о профессионализме автора.

Таким образом, введение – очень ответственная часть реферата. Начинаться должно введение с обоснования актуальности выбранной темы. В применении к реферату понятие «актуальность» имеет одну особенность. От того, как автор реферата умеет выбрать тему и насколько правильно он эту тему понимает и оценивает с точки зрения современности и социальной значимости, характеризует его научную зрелость и профессиональную подготовленность.

Кроме этого во введении необходимо вычленить методологическую базу реферата, назвать авторов, труды которых составили теоретическую основу исследования. Обзор литературы по теме должен показать основательное знакомство автора со специальной литературой, его умение систематизировать источники, критически их рассматривать, выделять существенное, определять главное в современном состоянии изученности темы.

Во введении отражаются значение и актуальность избранной темы, определяются объект и предмет, цель и задачи, хронологические рамки исследования.

Завершается введение изложением общих выводов о научной и практической значимости темы, степени ее изученности и обеспеченности источниками, выдвижением гипотезы.

В основной части излагается суть проблемы, раскрывается тема, определяется авторская позиция, в качестве аргумента и для иллюстраций выдвигаемых положений приводится фактический материал. Автору необходимо проявить умение последовательного изложения материала при одновременном его анализе. Предпочтение при этом отдается главным фактам, а не мелким деталям.

Реферат заканчивается заключительной частью, которая так и называется «заключение». Как и всякое заключение, эта часть реферата выполняет роль вывода, обусловленного логикой проведения исследования, который носит форму синтеза накопленной в основной части научной информации. Этот синтез – последовательное, логически стройное изложение полученных итогов и их соотношение с общей целью и конкретными задачами, поставленными и сформулированными во введении. Именно здесь содержится так называемое «выводное» знание, которое является новым по отношению к исходному знанию. Заключение может включать предложения практического характера, тем самым, повышая ценность теоретических материалов.

Итак, в ЗаклЮчении реферата должны быть: а) представлены выводы по итогам исследования; б) теоретическая и практическая значимость, новизна реферата; в) указана возможность применения результатов исследования.

После заключения принято помещать библиографический список использованной литературы. Этот список составляет одну из существенных частей реферата и отражает самостоятельную творческую работу автора реферата.

Список использованных источников помещается в конце работы. Он оформляется или в алфавитном порядке (по фамилии автора или названия

книги), или в порядке появления ссылок в тексте письменной работы. Во всех случаях указываются полное название работы, фамилии авторов или редактора издания, если в написании книги участвовал коллектив авторов, данные о числе томов, название города и издательства, в котором вышла работа, год издания, количество страниц.

Тематика и перечень рефератов по менеджменту.

1. Эволюция научной мысли в области менеджмента.
2. Целевое управление медицинской организацией: достоинства и недостатки.
3. Неформальная структура организации и ее влияние на производственные процессы
4. Причины конфликтов в организациях и роль менеджера в их разрешении.
5. Американский и японский менеджмент: сравнительная характеристика.
6. Проблема оценки эффективности труда менеджера и подходы к ее решению.
7. Факторы, определяющие современный контекст менеджмента
8. Негативные и позитивные функции конфликтов
9. Информационные подходы к управлению конфликтами. Теория игр.
10. Производственные и трудовые конфликты. Особенности управления конфликтами.
11. Инновационные конфликты. Особенности управления конфликтами.
12. Общая характеристика переговоров. Переговоры как способ разрешения конфликта.
13. Динамика переговоров. Стратегия ведения переговоров.
14. Тактические приемы ведения переговоров. Посредничество в переговорном процессе.

Рефераты по маркетингу

1. Предпосылки возникновения маркетинга в здравоохранении.
2. Маркетинг, определение, содержание.
3. Виды маркетинга.
4. Медицинский маркетинг, маркетинг в здравоохранении и их содержание.
5. Основные предпосылки внедрения маркетинга в здравоохранение.
6. Маркетинговые исследования. Основные элементы маркетинга: нужда, мотив.
7. Основные элементы маркетинга: потребность, запрос.
8. Товар (или услуга), определение, характеристика.
9. Медицинская услуга, определение, общие свойства, медико-социальные свойства.
10. Медицинская услуга и ее основные особенности.
11. Рынок в сфере медицинских услуг и его основные особенности.
12. Основные элементы маркетинга: обмен, сделка и их условия.
13. Основные элементы маркетинга: спрос, предложение.
14. Основные концептуальные подходы для ведения маркетинговой деятельности.
15. Рынок: определение, характеристика, основные элементы рынка услуг здравоохранения.
16. Конкуренция, определение, характеристика.
17. Основные различия между коммерческим и некоммерческим маркетингом.
18. Виды маркетинга в здравоохранении.
19. Этапы управления маркетингом в здравоохранении.
20. Сегментация рынка, основные критерии.
21. Сегментация рынка по основным группам пациентов.
22. Разработка комплекса маркетинга и его элементы.

Рекомендации по самостоятельной работе студентов

Цель самостоятельной работы студента – осмысленно и самостоятельно работать сначала с учебным материалом, затем с научной информацией, заложить основы самоорганизации и самовоспитания с тем, чтобы привить умение в дальнейшем непрерывно повышать свою профессиональную квалификацию.

Процесс организации самостоятельной работы студентов включает в себя следующие этапы:

- подготовительный (определение целей, составление программы, подготовка методического обеспечения);
- основной (реализация программы, использование приемов поиска информации, усвоения, переработки, применения, передачи знаний, фиксирование результатов, самоорганизация процесса работы);
- заключительный (оценка значимости и анализ результатов, их систематизация, оценка эффективности программы и приемов работы, выводы о направлениях оптимизации труда).

В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности. Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов

По мере освоения материала по тематике дисциплины предусмотрено выполнение самостоятельной работы студентов по сбору и обработке литературного материала для расширения области знаний по изучаемой дисциплине. Для изучения и полного освоения программного материала по дисциплине используется учебная, справочная и другая литература, рекомендуемая настоящей программой, а также профильные периодические издания.

При самостоятельной подготовке студенты конспектируют материал, самостоятельно изучают вопросы по пройденным темам, используя при этом учебную литературу из предлагаемого списка, периодические печатные издания, научную и методическую информацию, базы данных информационных сетей (Интернет и др.).

Самостоятельная работа складывается из таких видов работ как работа с конспектом лекций; изучение материала по учебникам, справочникам, видеоматериалам и презентациям, а также прочим достоверным источникам информации; подготовка к зачету/экзамену. Для закрепления материала достаточно, перелистывая конспект или читая его, мысленно восстановить материал. При необходимости обратиться к рекомендуемой учебной и справочной литературе или к преподавателю.

Требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы

Специальных требований к предоставлению и оформлению результатов данной самостоятельной работы нет.

Критерии оценки выполнения самостоятельной работы

Оценивание самостоятельных работ проводится по критериям:

- полнота и качество выполненных заданий;
- владение методами и приемами компьютерного моделирования в исследуемых вопросах, применение инструментария программных средств;

- качество оформления отчета, использование правил и стандартов оформления текстовых и электронных документов;
- использование данных отечественной и зарубежной литературы, источников Интернет, информации нормативно - правового характера и передовой практики;
- отсутствие фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы.

При оценке знаний студентов учитывается не только объем знаний, но, прежде всего, качество усвоения материала, понимание логики учебной дисциплины, оцениваются умение свободно, грамотно, логически стройно излагать изученное, способность аргументировано защищать собственную точку зрения.

На «отлично» оцениваются ответ по самостоятельным заданиям, в котором системно, логично и последовательно изложен материал.

Оценка «хорошо» предполагает знание материала и способность сделать самостоятельные выводы, комментировать излагаемый материал; ответ с незначительными недочетами.

На «удовлетворительно» оценивается усвоение материала, когда студент недостаточно глубоко изучил некоторые разделы, допускает нечеткие формулировки, дает неполные ответы.

«Неудовлетворительно» ставится в случае, когда студент не знает значительной части учебного материала, допускает существенные ошибки; знания носят бессистемный характер.

Критерии оценки реферата

- 100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной

исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области.

- 85-76 - баллов - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.

- 75-61 балл - студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы.

- 60-50 баллов - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА БИОМЕДИЦИНЫ

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Менеджмент и маркетинг в здравоохранении

Направление подготовки 32.04.01 «Общественное здравоохранение»

Образовательная программа «Организация и управление медицинской и
фармацевтической деятельностью»

Форма подготовки очная

Владивосток

2018

Паспорт ФОС

по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в здравоохранении»

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
<p>ОПК-1</p> <p>способность и готовность к подготовке и применению научной, научно- производственной, проектной, организационно- управленческой и нормативной документации</p>	Знает	принципы подготовки и применения научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации
	Умеет	готовить научную, научно-производственную, проектную, организационно-управленческую и нормативную документацию по бухгалтерскому учету и аудиту
	Владеет	навыками подготовки научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и нормативной документации по бухгалтерскому учету и аудиту
<p>ОПК-3</p> <p>способность и готовность к работе в команде; способностью к действиям в рамках согласованных целей и задач; способностью брать на себя личную ответственность и лидерство в планировании и осуществлении профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p>	Знает	Понятия лидерства, командной работы, ответственности, современные аспекты медицинского права, основные положения и нормы ведущих отраслей права (гражданского, семейного, трудового, административного права), как гарантов обеспечения прав и законных интересов граждан РФ в сфере здравоохранения
	Умеет	<p>работать в команде, способен к действиям в рамках согласованных целей и задач; способен брать на себя личную ответственность и лидерство в планировании и осуществлении профессиональной деятельности</p> <p>- адекватно применять необходимые нормы права в своей профессиональной деятельности и в работе учреждений здравоохранения,</p> <p>- решать практические задачи по формированию культуры профессионального общения врача с пациентами, коллегами и руководством</p>
	Владеет	навыками к работе в команде; способностью к действиям в рамках согласованных целей и задач; способностью брать на себя личную ответственность и лидерство в планировании и осуществлении профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

		<p>навыками аналитического анализа влияния профессиональной этики врача на качество и доступность оказания медицинской помощи пациентам;</p> <p>навыками подготовки предложений по отдельным вопросам совершенствования моральных норм в деятельности медицинских организаций.</p>
--	--	--

№ п/п	Контролируемые модули/ разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства - наименование	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Раздел 1 Маркетинг в здравоохранении	ОК-3 ОК-10 ОПК-1 ОПК-3 ПК-3	Знает	Собеседование УО-1, реферат ПР-4	Зачет Вопросы 1-28
			Умеет	Тесты ПР-1, эссе ПР-3	
			Владеет	Презентация, Работа в малых группах, доклады УО-3	
2.	Раздел 2. Менеджмент в здравоохранении	ОК-3 ОК-10 ОПК-1 ОПК-3 ПК-3	Знает	Собеседование УО-1, реферат ПР-4	Зачет Вопросы 1-86
			Умеет	Тесты ПР-1, эссе ПР-3	
			Владеет	Презентация, Работа в малых группах, доклады УО-3	

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в здравоохранении»

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		критерии	Показатели	Баллы
ОПК-1 способность и готовность к подготовке и применению научной, научно-производственной	знает (пороговый уровень)	принципы подготовки и применения научной, научно-производственной, проектной, организационно-управленческой и	Знание основ применения научной, научно-производственной, проектной, организационно-	Способность объяснить и применить научную, научно-производственную, проектную, организационно-управленческую и	61-70

ной, проектной, организационн о- управленческо й и нормативной документации		нормативной документации	управленческой и нормативной документации	нормативную документацию	
	умеет (продвин утый)	готовить научную, научно- производственную, проектную, организационно- управленческую и нормативную документацию по бухгалтерскому учету и аудиту	Умение использовать знания	Способность обосновать программу научно- исследовательской работы	71-84
	владеет (высокий)	навыками подготовки научной, научно- производственной, проектной, организационно- управленческой и нормативной документации по бухгалтерскому учету и аудиту	Владение способами управления научно- исследовательск ими работами	Способность формулировать цели, задачи, этапы научного процесса	85- 100
ОПК-3 способность и готовность к работе в команде; способностью к действиям в рамках согласованных целей и задач; способностью брать на себя личную ответственнос ть и лидерство в планировании и осуществлени и профессионал ьной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессионал ьные и культурные	знает (порогов ый уровень)	Понятия лидерства, командной работы, ответственности, современные аспекты медицинского права, основные положениями и нормы ведущих отраслей права (гражданского, семейного, трудового, административного права), как гарантов обеспечения прав и законных интересов граждан РФ в сфере здравоохранения	Знание основных моментов работы лидера, командной работы, вопросов современного права в медицинской практике	Способность использовать основные положения и нормы ведущих отраслей права для защиты профессиональной деятельности	61-70
	умеет (продвин утый)	работать в команде, способен к действиям в рамках согласованных целей и задач; способен брать на себя личную ответственность и лидерство в планировании и осуществлении	Адекватно применять необходимые нормы права в своей профессиональн ой деятельности и в работе учреждений здравоохранени я	Решать практические задачи по формированию культуры профессионально го общения врача с пациентами, коллегами и руководством	71-84

различия		профессиональной деятельности			
	владеет (высокий)	<p>навыками к работе в команде;</p> <p>способностью к действиям в рамках согласованных целей и задач;</p> <p>способностью брать на себя личную ответственность и лидерство в планировании и осуществлении профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p>	<p>Навыками аналитического анализа влияния профессиональной этики врача на качество и доступность оказания медицинской помощи пациентам</p>	<p>Готовит предложения по отдельным вопросам совершенствования моральных норм в деятельности медицинских организаций.</p>	85-100
ОК-3 умение работать в проектных междисциплинарных командах, в том числе в качестве руководителя	знает (пороговый уровень)	основные методы научных исследований в междисциплинарных командах медицинских организаций	Знание основ научных исследований	Способность объяснить технологию научных исследований	61-70
	умеет (продвинутый)	Использовать знания о научных исследованиях в медицине для создания проектных междисциплинарных команд	Умение использовать знания	Способность обосновать программу научно-исследовательской работы	71-84
	владеет (высокий)	Знаниями о научных направлениях в здравоохранении и способах управления ими	Владение способами управления научно-исследовательскими работами	Способность формулировать цели, задачи, этапы научного процесса и осуществлять руководство в проектных междисциплинарных командах	85-100

ОК-10 готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала безопасности	знает (пороговый уровень)	Принципы организации научно-исследовательской работы с использованием творческого потенциала безопасности	Знание основных понятий научно-исследовательских процессов в медицине	Способность объяснить и применить основные этапы исследования в практической деятельности	61-70
	умеет (продвинутый)	Поставить и выбрать цель работы, сформулировать задачи, публично представить результаты научной работы Применять знания о процессах при разработке научного проекта	Умение анализировать и сопоставить этапы процесса	Способность обосновывать критерии оценки процесса	71-84
	владеет (высокий)	Навыками разработки научных проектов в составе авторского коллектива. Умеет организовать работу коллектива	Методами сбора, обработки, анализа информации и их представления	Способность формулировать основные этапы и объяснить задачи для достижения цели	85-100
ПК-3 способность и готовность к планированию, организации и осуществлению мероприятий по обеспечению охраны здоровья населения	знает (пороговый уровень)	основы планирования и организации мероприятий по обеспечению охраны здоровья населения	Знание основ планирования и организации мероприятий по обеспечению охраны здоровья населения	Способность объяснить и применить на практике основы планирования и организации мероприятий по обеспечению охраны здоровья населения	61-70
	умеет (продвинутый)	надлежащим образом оформлять официальные медицинские документы, вести первичную медицинскую документацию, осуществлять мероприятия по обеспечению охраны здоровья населения	Умение надлежащим образом оформлять официальные медицинские документы, осуществлять мероприятия по обеспечению охраны здоровья населения	Способность обосновывать проведение мероприятий по обеспечению охраны здоровья населения, надлежащим образом оформлять официальные медицинские документы	71-84
	владеет (высокий)	методиками планирования и организации	Владение методиками планирования и	Способность формулировать и выполнять задачи	85-100

		мероприятий по обеспечению охраны здоровья населения	организации мероприятий по обеспечению охраны здоровья населения	планирования и организации мероприятий по обеспечению охраны здоровья населения	
--	--	--	--	---	--

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины

Текущая аттестация студентов. Проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Проводится в форме контрольных мероприятий: защиты контрольной работы, собеседования по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний (опрос);
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы (коллоквиум);
- результаты самостоятельной работы.

Промежуточная аттестация студентов. Проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Предусматривает учет результатов всех этапов освоения курса. При условии успешно пройденных двух этапов текущей аттестации, студенту выставляется промежуточная аттестация (зачет, экзамен).

Зачетно-экзаменационные материалы. При оценке знаний студентов промежуточным контролем учитывается объем знаний, качество их усвоения, понимание логики учебной дисциплины, место каждой темы в курсе. Оцениваются умение свободно, грамотно, логически стройно излагать

изученное, способность аргументировано защищать собственную точку зрения.

Оценочные средства для промежуточной аттестации

Аттестация включает ответ студента на вопросы зачета.

Вопросы к зачету по разделу менеджмент в здравоохранении

1. Управление как наука. Закономерности управления социально-экономическими системами.
2. Современная система взглядов на управление медицинской организацией.
3. Модели организаций как объектов менеджмента: закрытые и открытые системы.
4. Новые организационные формы в структуре экономики России.
5. Природа, предмет и методы менеджмента.
6. Современные концепции менеджмента.
7. Ситуационное управление в современном менеджменте.
8. Внутренняя среда организации. Специализация и сфера контроля в организации. Внутренние ограничения функционирования организации.
9. Внешняя среда организации.
10. Основные характеристики косвенных и прямых воздействий внешней среды организации.
11. Завоевание медицинской организацией общественного доверия.
12. Организационная культура в медицине.
13. Типы организационных культур и их особенности.
14. Цели, виды организационных полномочий и их делегирование в менеджменте.
15. Эффективность делегирования полномочий и ответственности в медицинской организации.
16. Интеграционные процессы в современной медицинской организации. Основные направления интеграции в фирме и трудности ее обеспечения.

17. Типология управленческих решений и требования к ним.
18. Состав и последовательность этапов процесса принятия управленческих решений.
19. Моделирование социально - экономических процессов, как условие принятия решений.
20. Методы группового решения проблем.
21. Систематизация функций менеджмента.
22. Характеристика функций менеджмента медицинской организации (на конкретном примере).
23. Целевое управление и его этапы.
24. Задачи, принципы и этапы планирования.
25. Сценарий стратегического планирования и его этапы.
26. Стратегическое планирование деятельности медицинской организации.
27. Типы текущих планов медицинской организации.
28. Система показателей, используемая в тактическом планировании.
29. Линейная структура органов управления достоинства и недостатки.
30. Линейно-штабная структура органов управления и ее особенности.
31. Функциональная структура органов управления преимущества и проблемы.
32. Линейно-функциональная структура и ее характеристики.
33. Проектная и матричная структуры и их специфика.
34. Дивизиональная структура органов управления и ее особенности.
35. Сущность, понятия и методы мотивации работников в фирме
36. Мотивация персонала в медицинской организации и стимулирование труда работников.
37. Система мотивации персонала с позиции содержательных теорий.
38. Процессуальные теории мотивации персонала на предприятии.
39. Виды и формы контроля и регулирования в медицинской организации.

40. Организация основных видов контрольной деятельности в медицинской организации.

41. Формальные группы в организации и их особенности.

42. Принадлежность работника к группе и проблема сопротивления переменам в организации.

43. Неформальные группы в организации и их характеристика

44. Управление неформальными группами в медицинской организации.

45. Модель влияния руководителя на подчиненного.

46. Формы коллегиальности и партнерства в управлении.

47. Традиционные концепции лидерства в менеджменте.

48. Концепция ситуационного лидерства и стиль руководства.

49. Личность руководителя и стиль руководства

50. Основные причины конфликтов в организации

51. Стиль и способы разрешения конфликтов в организации.

52. Критерии и признаки эффективного менеджмента медицинской организации.

53. Модели эффективного менеджмента медицинской организации.

54. Пути повышения эффективности менеджмента предприятия.

55. Рациональная модель принятия решения.

56. Организационная модель решения.

57. Психологическая модель принятия решений в условиях рыночных рисков.

58. Модель успешного проведения организационных изменений в фирме.

59. Какие задачи решает менеджмент?

60. Основы власти.

61. Что характеризует организацию?

62. Покажите принципиальное различие между авторитарным, демократическим и либеральным стилями руководства.

63. Сформулируйте суть содержательного и процессного подхода к мотивации.

64. Законы организации.

65. Объясните, для чего нужно коллективное решение проблем, раскройте его достоинства и недостатки.

66. Менеджмент и организационная культура.

67. Расскажите, что такое конфликт и в чем его основные причины.

68. Как устроена организация?

69. Назовите причины, которые побуждают людей делать карьеру.

70. Что собой представляет управленческая структура?

71. Расскажите, какие существуют виды и каков порядок адаптации человека в организации.

72. Структура управления на основе отделений.

73. Раскройте суть аттестации персонала.

74. Что собой представляет управленческая информация?

75. Перечислите главные признаки коллектива. Классификация коллективов.

76. Что собой представляет управленческая информация?

77. Для чего существуют организации?

78. Объясните, что лежит в основе формирования управленческих структур и какие факторы определяют их особенности.

79. От чего зависит стратегия?

80. Перечислите виды управленческих полномочий и охарактеризуйте их содержание.

81. Методы стратегического анализа и формирование стратегий.

82. Приведите примеры медицинской организации, для которых предпочтительна централизация управленческих полномочий.

83. Перечислите существующие способы прогнозирования.

84. Классификация целей медицинской организации, органов управления здравоохранением.

85. Расскажите, что такое планирование.

86. Перечислите функции, выполняемые целями, и попробуй ранжировать их в порядке важности.

Вопросы к зачету по разделу маркетинг в здравоохранении

1. Понятие маркетинга. Классические и современные определения маркетинга. Основная заповедь маркетинга.

2. Понятие медицинского маркетинга.

3. Современная концепция маркетинга. Основные этапы маркетинга.

4. Основные принципы медицинского маркетинга. Основные направления деятельности маркетинга медицинских организаций.

5. Здравоохранение как социальная сфера услуг.

6. Особенности рынка медицинских услуг.

7. Субъекты маркетинга в сфере медицины и их функции.

8. Личность как центральный субъект маркетинга. Основные отличия личности от остальных потребителей.

9. Промежуточные потребители услуг медицинской сферы. Маркетинговые функции предприятий, организаций, учреждений – потребителей медицинских услуг.

10. Посреднические структуры на рынке медицинских услуг. Маркетинговые функции субъектов-посредников.

11. Основные объекты маркетинговой деятельности в медицине.

12. Типология услуг медицинской отрасли: характеристики и типы субъектов, формирующих предложение, оказывающих и продающих медицинские услуги.

13. Типология услуг отрасли медицины: характеристики и типы медицинских услуг.

14. Типология услуг медицинской отрасли: характеристики и типы потребителей медицинских услуг.

15.Сущность маркетинга в медицинской деятельности. Социальный характер маркетинга в медицинской деятельности.

16.Основные принципы маркетинга: принципы суверенитета потребителей, концентрации усилий, понимания услуг медицинской отрасли.

17.Составные медицинского маркетинга: меценатство и спонсорство.

18.Составные медицинского маркетинга. Лицензирование.

19.Составные медицинского маркетинга. Рекламная деятельность.

20.Понятие, содержание и основные процедуры сегментации рынка.

21.Сегментация рынка услуг по типам потребителя.

22.Сегментация рынка по параметрам медицинского услуг.

23.Сегментация по конкурентам.

24.Критерии оценки и выбора целевых сегментов рынка услуг

25.Понятие маркетинговой стратегии в отрасли медицины. Основные этапы формирования стратегии в медицинской отрасли.

26.Маркетинговые цели медицинской организации, учреждения.

27.Структура и содержание маркетинговой стратегии медицинской организации, учреждения.

28.Ценообразование на рынке медицинских услуг физической культуры и спорта.

Критерии выставления оценки студенту на зачете по

дисциплине «Менеджмент и маркетинг в здравоохранении»

Оценка зачета	Требования к сформированным компетенциям
«зачтено»	Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения
«не зачтено»	Оценка «не зачтено» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями отвечает на поставленные вопросы. Как правило, оценка «не зачтено» ставится

	студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.
--	---

II. Оценочные средства для текущей аттестации

Контрольные тесты предназначены для студентов, изучающих курс «Менеджмент и маркетинг в здравоохранении».

При работе с тестами предлагается выбрать один вариант ответа из трех – четырех предложенных. В то же время тесты по своей сложности неодинаковы. Среди предложенных имеются тесты, которые содержат несколько вариантов правильных ответов. Студенту необходимо указать все правильные ответы.

Тесты рассчитаны как на индивидуальное, так и на коллективное их решение. Они могут быть использованы в процессе и аудиторных занятий, и самостоятельной работы. Отбор тестов, необходимых для контроля знаний в процессе промежуточной аттестации производится каждым преподавателем индивидуально.

Результаты выполнения тестовых заданий оцениваются преподавателем по пятибалльной шкале для выставления аттестации или по системе «зачет» – «не зачет». Оценка «отлично» выставляется при правильном ответе на более чем 90% предложенных преподавателем тестов. Оценка «хорошо» – при правильном ответе на более чем 70% тестов. Оценка «удовлетворительно» – при правильном ответе на 50% предложенных тестов.

Примерные тестовые задания

1. Что следует понимать под термином "управление" и где преимущественно он используется?

1. Термин "управление" используется преимущественно к деятельности людей в сфере экономики.

2. Термин "управление" есть синонимом термина "менеджмент", но он преимущественно используется к разным видам людской деятельности.

3. Термин "управление" не есть синонимом термина "менеджмент" и используется только к деятельности людей в сфере экономики.

4. Термин "управление" используется при определении системы мероприятий относительно координации деятельности людей.

2. Что следует понимать под термином "менеджмент"?

1. Термин "менеджмент" означает управление социальной, технической или экономической системой.

2. Под термином "менеджмент" понимают управление какой-либо социально-экономической системой

3. Термин "менеджмент" означает управление чем-нибудь.

4. Термин "менеджмент" означает управление и контроль деятельности персонала в организации.

3. В зависимости от уровня управления выделяют менеджеров:

1. Высшего, среднего уровней.

2. Высшего, среднего, низового уровней.

3. Высшего и низового уровней.

4. Высшего и наиболее низкого уровней.

4. Что такое менеджмент с функциональных позиций?

1. Процесс планирования и организации деятельности функциональных подразделений.

2. Процесс планирования, организации, контроля, регулирования, учета которые необходимы для достижения определенной цели.

3. Процесс планирования, организации и контроля деятельности функциональных подразделений и мотивации персонала этих подразделений.

4. Процесс планирования производственных задач, регулирования и учета их выполнения.

5. Что объединяет субъект и объект управления?

1. Партнерство и единогласие.

2. Общее место их деятельности.

3. Общая цель деятельности.

4. Общее желание получать прибыль.

6. Менеджер это:

1. Субъект менеджмента.
2. Объект менеджмента.
3. Субъект и объект менеджмента.
4. "Дирижер" производства.

7. Какие основные подходы к управлению существуют в государствах с развитой рыночной экономикой?

1. Экономический, оптимизационный и интуитивный подходы.
2. Процессный и функциональный подходы.
3. Системный, ситуационный и количественный подходы.
4. Процессный, системный и ситуационный подходы.

8. Что такое процессный подход к управлению?

1. Совокупность последовательных операций и процедур.
2. Совокупность непрерывных взаимосвязанных действий, которые происходят в определенной последовательности.
3. Непрерывное выполнение операций и процедур.
4. Непрерывное выполнение плановых заданий.

9. Что такое системный подход к управлению?

1. Совокупность взаимосвязанных элементов (частей).
2. Совокупность взаимосвязанных элементов, которые, постоянно взаимодействуя, определяют характер организации.
3. Совокупность взаимодействующих частей в организации, которые определяют текущее состояние организации.
4. Совокупность субъекта и объекта управления.

10. Что такое ситуационный подход к управлению?

1. Подбор приемов менеджмента для решения управленческих задач в условиях влияния конкретных обстоятельств
2. Подбор приемов менеджмента для управления ресурсами организации в определенных обстоятельствах.

3. Определение круга возможных ситуаций, в которых может оказаться организация и установление четких путей их решения.

4. Приемы для достижения целей организации.

11. Что является объектом изучения менеджмента?

1. Отдельные подразделения организации.

2. Вся структура организации.

3. Экономические и социальные процессы.

4. Организации и процессы, которые в них осуществляются.

12. Школа научного управления предполагает:

1. Наличие в каждой организации научно-исследовательского подразделения.

2. Ведение бизнеса с помощью нормативов, установленных путем систематических наблюдений, экспериментов и логических рассуждений.

3. Использование в бизнесе последних достижений науки и техники

4. Неиспользование в управлении интуитивных, ненаучных методов.

13. Функциональная (классическая) школа управления предполагает:

1. Разделение и специализацию труда рабочих и руководителей

2. Управление организацией с помощью классических методов для успешного функционирования организации.

3. Выделение в управленческой деятельности ряда взаимодополняющих самостоятельных функций управления внутренней средой организации.

4. Разделение управленческого труда на ряд взаимосвязанных функций для управления организацией в условиях влияния внешней среды.

14. В рамках функциональной (классической) школы управления были разработаны:

1. Теории «х» и «у».

2. Классические методы и модели управления.

3. Этические принципы предпринимателей.

4. 14 принципов менеджмента.

15. Основными идеями школы человеческих отношений являются:

1. Управление – процесс гармонизации отношений между сотрудниками; пассивная природа человека требует жесткого контроля и четкой иерархии; прием в организацию на основе компетентности и потребностей.

2. Управление – процесс распределения производственных ролей; за хорошее выполнение должности необходимо материальное вознаграждение; в центре внимания – рабочая группа, выполняющая свои функции.

3. Перенесение внимания на социальную природу личности, на отношения между людьми в коллективе; использование в большей степени психологических и социальных факторов стимулирования.

4. Перенесение внимания на неформальные группы и их лидеров; отказ от материальных методов стимулирования в пользу социальных; формализация организационных процессов с целью их большей доступности для понимания.

16. Как следует понимать ситуацию в менеджменте организации?

1. Конкретный набор обстоятельств, которые влияют на организацию в данное время.

2. Набор неопределенных обстоятельств, в которых приходится работать организации в данное время.

3. Набор проблем и задач, стоящих перед организацией в данное время.

4. Обстоятельства, которые не позволяют эффективно осуществлять определенный вид деятельности в данное время.

17. Какие три подхода к управлению получили наибольшее распространение, начиная с конца 50-х годов XX столетия:

a. Процессный, содержательный, мотивационный.

b. Системный, мотивационный, поведенческий.

- c. Ситуационный, поведенческий, содержательный.
- d. Процессный, системный, ситуационный.

18. Если управление рассматривается не как серия различных действий, а как единый процесс влияния на организацию, то мы имеем дело с:

- 1. Системным подходом.
- 2. Ситуационным подходом.
- 3. Процессным подходом.
- 4. Поведенческим подходом.

19. Если управление рассматривает все процессы и явления в виде целостной системы, которая имеет новые качества и функции, которые отсутствуют у элементов, ее складывающих, то мы имеем дело с:

- 1. Содержательным подходом.
- 2. Процессным подходом.
- 3. Ситуационным подходом.
- 4. Системным подходом.

20. Подход, который требует принятия оптимального решения, в зависимости от соотношения взаимодействующих обстоятельств, факторов - это:

- 1. Ситуационный подход.
- 2. Системный подход.
- 3. Процессный подход.
- 4. Факторный подход.

21. На чем базируется системный подход к управлению?

- 1. На использовании теории систем.
- 2. На использовании принципов менеджмента.
- 3. На использовании теории систем и закономерностей управления.
- 4. На использовании системы подходов к управлению и принципов менеджмента.

22. На чем базируются принципы менеджмента?

- 1. На законах, которые действуют в РФ.

2. На законах развития общества и закономерностях управления.
3. На положениях про подразделения организации.
4. На современных методах менеджмента.

23. Что предусматривают принципы оптимального сочетания централизации и децентрализации в управлении системами?

1. Рациональное использование единоначалия и коллегиальности в управлении системами для достижения определенных целей.
2. Изготовление коллегиального решения по достижению определенных целей.
3. Принятие разнообразных правил в управлении коллективами, организациями.
4. Оптимальное использование единоначалия в управлении для достижения определенных целей организации.

24. Свод правил, норм поведения, указаний, которые создаются людьми и используются органами управления и отдельными работниками относятся к:

1. Экономическим законам.
2. Методам менеджмента.
3. Законам управления.
4. Принципам менеджмента.

25. Что предусматривает «дисциплина» как принцип менеджмента?

1. Выполнение всеми работниками поставленных заданий, точно в срок.
2. Соблюдение администрацией предприятия и его персоналом заключенного трудового договора и контракта.
3. Соблюдение общепринятых правил и норм поведения, неукоснительное выполнение заданий руководства в установленные сроки.
4. Выполнение работниками аппарата управления поставленных заданий.

26. Как можно пояснить сущность принципа "подчинение личного интереса общему"?

1. В организации должны учитываться не только интересы менеджеров, но и других работников.

2. Интерес одного работника не должен преобладать над интересами других работников.

3. В организации интерес отдельных менеджеров должен преобладать над интересами отдельных групп работников.

4. В организации интерес одного работника или группы не должен преобладать над интересом организации в целом.

27. Как следует понимать принцип "вознаграждение персонала"?

1. Этот принцип предусматривает, что все работники организации должны получать зарплату, соответствующую выполненной работе.

2. Этот принцип предусматривает регулярную выплату заработной платы всем работникам организации.

3. Этот принцип предусматривает получение премий за качественную работу.

4. Этот принцип предусматривает постоянное повышение заработной платы менеджерам организации.

28. Что следует понимать под организацией?

1. Группу людей, которые объединились для получения прибыли.

2. Группу людей, деятельность которых координируется соответствующим органом управления.

3. Группу людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения определенной цели.

4. Группу людей, которые объединились для общего проведения свободного времени

29. Какими основными признаками характеризуется открытая система?

1. Взаимодействием с внутренней средой.

2. Взаимодействием со структурными подразделениями всей системы.

3. Взаимодействием с производителями товаров.

4. Взаимодействием с внешней средой.

30. Что следует относить к внутренней среде организации?

1. Цели и структура, задания и технология организации.

2. Форма собственности, уровень социальной защиты, уровень культуры.

3. Цели, задания, структура, технология, персонал, организационная культура.

4. Персонал организации, партнеры и конкуренты.

31. Управленческий персонал - это:

1. Совокупность работников, которые имеют специальную подготовку и руководят рабочими.

2. Совокупность работников, которые имеют специальную подготовку и выполняют функции управления.

3. Совокупность работников, которые имеют высшее образование и занимают руководящие должности.

4. Совокупность работников, которые имеют высшее образование и выполняют функции организации и контроля.

32. Что следует понимать под миссией организации?

1. Основные задания организации.

2. Основные функции организации.

3. Четко определенные цели организации.

4. Четко выраженную причину существования организации.

33. Определите, что такое субъект управления?

1. Человек или группа людей, которые имеют определенные знания про управление.

2. Человек или группа людей, которые планируют деятельность организации для достижения поставленных целей.

3. Человек или группа людей, которые осуществляют управление.
4. Группа людей, которые выполняют запланированные работы.

34. Часть организации, где могут приниматься определенные самостоятельные решения без их обязательного согласования с выше или нижестоящими звеньями это:

1. Поликлиника.
2. Уровень управления.
3. Функциональный отдел.
4. Структурное подразделение.

35. На чем основывается создание уровней управления в организации?

1. Горизонтальном разделении управленческого труда.
2. Вертикальном разделении управленческого труда.
3. Вертикальном и горизонтальном разделении управленческого труда.
4. На необходимости контролировать деятельность персонала.

36. Как называются в российском законодательстве организации, которые имеют статус юридического лица?

1. Фирмы.
2. Заведения.
3. Предприятия.
4. Учреждения.

37. Как классифицируются предприятия по отраслевой принадлежности?

1. Коммерческие, финансовые и производственные.
2. Продовольственные, промышленные и т.п.
3. Промышленные, финансовые и коммерческие.
4. Промышленные, торговые, строительные, научные и т.п.

38. Основателями малого предприятия могут быть:

1. Один гражданин, члены семьи и другие граждане, которые совместно осуществляют предпринимательскую деятельность.

2. Один гражданин и другие люди.
3. Члены одной семьи.
4. Члены нескольких семей.

39. Ликвидация предприятия осуществляется:

1. Местным органом исполнительной власти, который утвердил устав.
2. Ликвидационной комиссией, которая создается собственником.
3. Местной государственной администрацией после согласования с собственником имущества.
4. Ликвидационной комиссией, которая создается местной властью.

40. Высшим законодательным органом акционерного общества является:

1. Ревизионная комиссия.
2. Совет директоров.
3. Правление.
4. Собрание акционеров.

41. К основным слагаемым элементам внутренней среды организации не принадлежат:

1. Организационная культура.
2. Цели и персонал.
3. Технология.
4. Поставщики и конкуренты.

42. Что следует понимать под организационной структурой управления?

1. Состав и соподчиненность взаимосвязанных управленческих звеньев, которые обеспечивают осуществление функций и заданий управления организацией.
2. Состав уровней управления организацией и разделение персонала на подразделения.
3. Соподчиненность управленческих взаимозависимых звеньев управления.

4. Разделение управленческого персонала на подразделения.

43. Что создает структуру управления организацией?

1. Совокупность линейных органов управления.
2. Совокупность функциональных служб.
3. Совокупность линейных и функциональных служб (органов).
4. Совокупность разных подразделений (органов) управления.

44. Где преимущественно применяется линейная структура управления?

1. В управлении большими организациями.
2. В управлении малыми организациями.
3. В управлении объединенными организациями.
4. В управлении проектными организациями.

45. Какой тип оргструктуры считается наиболее простым?

1. Функциональный,
2. Смешанный.
3. Линейный.
4. Матричный.

46. Вид хозяйственной деятельности, когда все ее участники занимаются общей предпринимательской деятельностью и несут солидарную ответственность по обязательствам общества всем своим имуществом, - это:

1. Общество с дополнительной ответственностью.
2. Общество с ограниченной ответственностью.
3. Полное общество.
4. Коммандитное общество.

47. Вид хозяйственной деятельности, при которой часть участников отвечает за долги всем своим имуществом, а часть только в рамках своих вкладов в уставной фонд:

1. Дочернее общество.
2. Общество с ограниченной ответственностью.
3. Полное общество.

4. Коммандитное общество.

48. Что такое функции менеджмента:

1. Совокупность непрерывных действий различной направленности, необходимых для нормального функционирования и достижения целей организации.

2. Стадии процесса управления.

3. Совокупность объективно необходимых и устойчиво повторяющихся действий, объединенных однородностью содержания и целевой направленностью.

4. Способ воздействия на исполнителей, с целью достижения определенной цели, в определенных условиях.

49. В каком порядке реализуются основные (общие) функции управления?

1. Организация, планирование, контроль, мотивация.

2. Планирование, организация, контроль, мотивация.

3. Планирование, организация, мотивация, контроль.

4. Организация, контроль, мотивация, планирование.

50. Какие функции менеджмента следует считать общими?

1. Контроль и организация, управление запасами.

2. Снабжение и сбыт, обеспечение и обслуживание.

3. Планирование, маркетинг, финансы, управление персоналом.

4. Планирования, организации, мотивации и контроля.

51. К числу основных общих функций менеджмента не относятся:

1. Планирование.

2. Кредитование.

3. Организация.

1. Контроль.

52. Кто распределяет функции управления в организации?

1. Специалисты.

2. Менеджеры среднего звена.

3. Руководитель организации.
4. Специалисты и работники.

53. Кто распределяет функции в подразделениях организации?

1. Руководитель предприятия.
2. Отдел кадров.
3. Экономисты.
4. Руководитель подразделения.

54. Наукой про управление управленческие функции рассматриваются как:

1. Независимые одна от другой виды деятельности.
2. Применение методов научного исследования к проблемам, что возникают в организации.
3. Серия непрерывных взаимосвязанных действий устойчивого содержания.
4. Предоставление помощи работнику в осознании собственных возможностей относительно выполнения порученного задания.

55. В результате чего возникли функции управления?

1. В результате разделения труда.
2. В результате разделения и специализации труда.
3. В результате кооперации труда.
4. В результате разделения и кооперации труда.

56. Процесс создания условий, которые влияют на поведение человека и позволяют направлять его в нужном для организации направлении, заинтересовать человека в активной добросовестной работе, относится к функции:

1. Координации.
2. Организации.
3. Планирования.
4. Мотивации.

57. Что имеется в виду под понятием "функция планирования"?

1. Установление целей и задач развития объектов управления, определение способов их достижения.

2. Установление целей и распределение соответствующих заданий между персоналом организации.

3. Определение способов выполнения задач.

4. Определение способов достижения целей организации.

58. Что следует понимать под понятием «функция мотивации»?

1. Процесс достижения поставленных перед администрацией целей.

2. Побуждения себя к эффективной деятельности.

3. Процесс побуждения себя и других к эффективной деятельности и достижению целей.

4. Способ влияния на персонал с целью достижения цели.

59. Когда производится текущий контроль в организации?

1. После окончания определенных работ.

2. До фактического начала определенных работ.

3. В ходе проведения определенных работ.

4. Тогда, когда удобно руководителю.

60. К способам мотивации труда не относятся:

1. Вознаграждения.

2. Проведение производственных совещаний.

3. Повышение квалификации персонала.

4. Обеспечение условий для самовыражения.

61. Организационное планирование осуществляется:

1. Только на высшем уровне управления.

2. На высшем и среднем уровне управления.

3. На среднем уровне управления.

4. На всех уровнях управления.

62. С помощью анализа внешней среды организации ее руководители обязаны:

1. Изучить стратегию и тактику своих конкурентов.

2. Оценивать изменения, которые препятствуют достижению цели.
3. Изучать изменения, которые происходят.
4. Изучать и оценивать изменения, которые могут содействовать

или препятствовать достижению целей организации.

63. Где преимущественно применяется функциональная структура управления?

1. В управлении организациями, выпускающими ограниченную номенклатуру продукции в стабильных условиях.
2. В управлении большими организациями.
3. В управлении объединенными организациями.
4. В управлении средними и малыми организациями.

64. Где преимущественно применяется линейно-функциональная структура управления?

1. В управлении средними по размерам организациями.
2. В управлении малыми организациями.
3. В управлении большими организациями.
4. В управлении большими и малыми организациями.

65. Где преимущественно применяются дивизиональные структуры управления?

1. В управлении большими организациями в стабильных не меняющихся условиях.
2. В управлении общими организациями.
3. В управлении малыми объединениями.
4. В управлении большими многопрофильными организациями с большим количеством отделений.

66. Где преимущественно применяются матричные организационные структуры управления?

1. В управлении многопрофильными организациями с большим количеством производств, предоставляющих услуги ограниченного жизненного цикла.

2. В управлении общими организациями.
3. В управлении средними по размерам организациями.
4. В управлении большими организациями.

67. В чем заключается преимущество матричных организационных структур управления?

1. В НИИ и КБ в условиях программно-целевого управления.
2. Высокая гибкость и ориентация на нововведения.
3. Ориентация на нововведения.
4. Ориентация на завоевание новых рынков сбыта продукции.

68. Полномочия - это:

1. Право принимать самостоятельные решения, отдавать распоряжения и ограниченное право использовать ресурсы организации.
2. Право распоряжаться ресурсами предприятия и управлять подчиненными.
3. Право распоряжаться и пользоваться ресурсами и имуществом предприятия.
4. Право принимать решения касательно всех ресурсов организации и отдавать распоряжения всем сотрудникам.

69. Что называют делегированием?

1. Передача руководителями своих прав подчиненным без передачи ответственности.
2. Передача руководителями своих обязанностей отдельным специалистам.
3. Передача руководителями ответственности своим подчиненным.
4. Передача руководителями задач лицам, которые берут на себя ответственность за их выполнение.

70. Согласно с продуктивной структурой конкретному руководителю организации делегируют полномочия:

1. По управлению определенным типом продукции.
2. По управлению определенным подразделом.

3. По управлению определенными специалистами.
4. По управлению определенными группами сотрудников.

71. Что создает делегирование линейных полномочий в организации?

1. Производственные подразделения.
2. Иерархию уровней управления.
3. Звенья управления.
4. Подсистемы управления.

72. Какая организационная структура является наиболее эффективной для организаций, которые имеют филиалы в разных регионах?

1. Функциональная.
2. Линейная.
3. Смешанная.
4. Дивизионная.

73. Какие управленческие полномочия носят заказной, а не инициативный характер:

1. Линейные.
2. Функциональные.
3. Рекомендательные.
4. Согласительные.

74. Какие полномочия сводятся к принятию и выдаче обязательных для исполнения решений, объектами которых являются работники, непосредственно подчиненные другим руководителям:

1. Линейные.
2. Функциональные.
3. Контрольно-отчетные.
4. Рекомендательные.

75. Основной формой материального стимулирования персонала организации является:

1. Премии.
2. Премии и ценные подарки.

3. Ценные подарки и заработная плата.
4. Заработная плата.

76. Что является основной мотивацией труда в японских корпорациях?

1. Получение высоких материальных вознаграждений.
2. Гармонизация между работой в коллективе и капиталом.
3. Признание заслуг.
4. Постоянное повышение квалификации персонала.

77. Почему необходимо совершать контроль за выполнением управленческих решений?

1. Потому, что есть сотрудники, которые безответственно относятся к своим обязанностям.
2. Чтобы своевременно выявить отклонения в выполнении решений и принять соответствующие меры.
3. Чтобы исполнители боялись и хорошо их выполняли.
4. Чтобы исполнители своевременно выполняли задания.

78. Методы косвенного воздействия на исполнителей это:

1. Организационные методы.
2. Распорядительные методы.
3. Правовые методы.
4. Экономические методы.

79. Кто использует методы управления организацией?

1. Экономисты, товароведы, инженеры и технические специалисты.
2. Линейные и функциональные руководители.
3. Функциональные руководители и специалисты.
4. Линейные руководители и специалисты.

80. Что следует понимать под методами менеджмента?

1. Способы влияния управляющей системы на управляемую с целью выполнения определенных заданий.
2. Способы достижения выполнения функций менеджмента.
3. Способы осуществления управленческой деятельности, при помощи

которых выполняются функции менеджмента и обеспечивается реализация его целей и задач.

4. Способы выполнения целей и задач организации.

81. Что такое социально-психологические методы менеджмента?

1. Совокупность методов воздействия на поведение трудовых коллективов.

2. Совокупность методов воздействия на процессы формирования трудовых коллективов, их развитие, поведение.

3. Совокупность действий, которые содействуют всеобщему развитию отдельных исполнителей.

4. Совокупность методов воздействия на поведение и развитие отдельных исполнителей.

82. Какая взаимосвязь существует между принципами и методами управления?

1. С помощью методов реализуются требования принципов управления.

2. Ни какой взаимосвязи не существует.

3. На основе принципов реализуются методы управления.

4. Эта связь определяет, как должны работать руководители организаций.

83. От чего зависит эффективное использование методов управления организацией?

1. От знания положения, в котором находится объект управления.

2. От знания методов управления и механизма их действия.

3. От знания характера проблемных ситуаций.

4. От знания психологии объектов управления.

84. На чем основываются методы менеджмента?

1. На основе действующих законов страны.

2. На действии объективных законов общественного производства.

3. На основании нормативных актов, которые принимаются правительством.

4. На основании решений, утвержденных коллективом организации.

85. Методы, которые дают возможность менеджеру принимать однозначные решения, относятся к группе:

1. Организационно-распорядительных методов.
2. Экономических методов.
3. Социальных методов.
4. Психологических методов.

86. К экономическим методам менеджмента не относятся:

1. Налоги и кредиты.
2. Коммерческий расчет и установление тарифов.
3. Приказы и распоряжения.
4. Регулирование цен и установление акцизного сбора.

87. К социально-психологическим методам не относятся:

1. Социальное прогнозирование развития персонала.
2. Гуманизация труда.
3. Социальное нормирование.
4. Коммерческий расчет.

88. К организационно-распорядительным методам не относятся:

1. Уставы и положения.
2. Регулирование цен и установление акцизного сбора.
3. Графики, приказы и распоряжения.
4. Постановления и дополнения.

89. Для обоснованного принятия решения менеджеру необходимо иметь:

1. Достоверную информацию и хорошую интуицию.
2. Полную информацию и хорошую интуицию.
3. Полную и достоверную информацию и соответствующее образование.
4. Полную, достоверную, и систематизированную информацию.

90. В каких формах, в основном, принимаются решения на уровне организации?

1. Постановления и приказы, распоряжения и отчеты.
2. Постановления, приказы, распоряжения, указания и резолюции.

3. Резолюции и приказы, команды и распоряжения, указания и предложения.

4. Распоряжения.

91. Что такое оптимизация управленческих решений?

1. Выбор варианта, который позволит выполнить поставленные задачи.
2. Выбор наиболее эффективного варианта из возможных альтернатив.
3. Выбор варианта, который обеспечит запланированную прибыль.
4. Выбор вариантов, которые обеспечат рост объемов производства.

92. Что такое коммуникация?

1. Обмен информацией между несколькими подразделениями.
2. Обмен информацией между руководителями и их подчиненными.
3. Обмен любой информацией.
4. Обмен информацией между двумя или несколькими людьми.

93. Что следует понимать под коммуникационным процессом?

1. Обмен информацией между двумя людьми для выполнения производственных задач.
2. Обмен информацией между руководителем и его подчиненным.
3. Обмен информацией между руководителями.
4. Процесс обмена информацией между двумя или несколькими людьми с целью разрешения определенных проблем.

94. Власть - это:

4. Способность защищать себя от внешних влияний.
5. Возможность влиять на поведение других людей для достижения целей организации.
6. Возможность вмешиваться в какой либо процесс.
7. Возможность следить и вмешиваться в частную жизнь подчиненных.

95. Дуглас Мак-Грегор назвал положение про авторитарное руководство:

1. «Теорией Y».
2. Подходом позиций собственных качеств.
3. «Теорией X».

4. «Теорией Z».

96. Положение про либеральное руководство было названо:

1. «Теорией Z».
2. Подходом позиций собственных качеств.
3. «Теорией X».
4. «Теорией Y».

97. Как называют профессиональных руководителей в странах с высоко развитой рыночной экономикой (Западная Европа, США, Япония и др.)?

1. Руководителями.
2. Боссами.
3. Менеджерами.
4. Шефами.

98. Какими основными деловыми качествами должен в первую очередь обладать менеджер?

1. Высокий уровень профессиональных знаний, практический опыт, а также организаторские способности.
2. Высокий уровень профессиональных знаний и материальной направленности.
3. Высокие организаторские способности и высокий уровень социальной направленности.
4. Высокие деловые качества.

99. Что следует понимать под эффективностью менеджмента организации?

1. Выполнение основных хозяйственных задач.
2. Достижение определенного объема прибыли.
3. Достижение запланированных результатов.
4. Завоевание новых рынков сбыта товаров, услуг, работ.

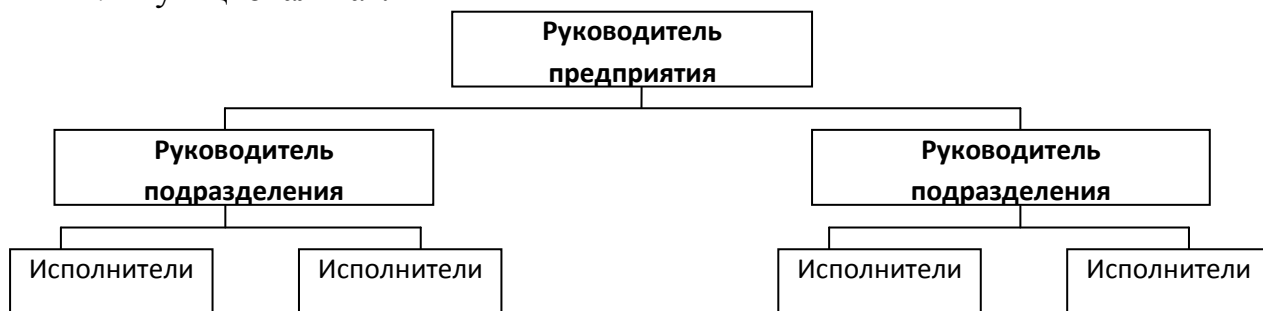
100. Какая из перечисленных структур управления не относится к бюрократическим структурам?

1. Дивизиональная.
2. Матричная.

3. Линейная.
4. Функциональная.

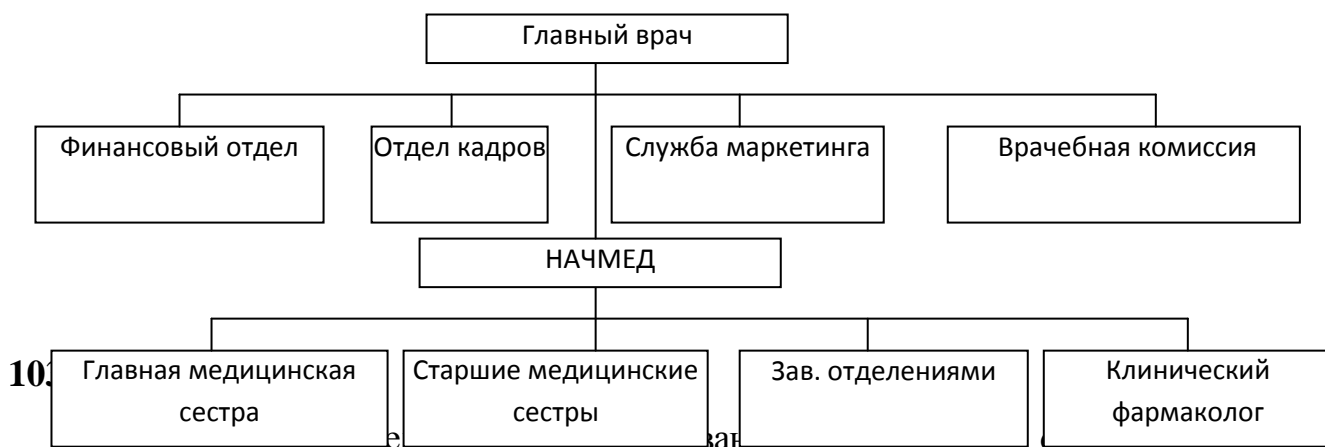
101. Какая структура управления изображена на рисунке:

1. Линейная.
2. Линейно-функциональная.
3. Матричная.
4. Функциональная.



102. Фрагмент какой структуры управления изображен на рисунке:

1. Линейной.
2. Линейно-функциональной.
3. Функциональной.
4. Дивизиональной.



заданий и достижения целей организаций.

2. Функция менеджмента, позволяющая выявить отклонения от нормального режима функционирования объекта.

3. Функция менеджмента, предполагающая наблюдение за работой персонала организации с целью ее гармонизации.

4. Функция менеджмента, предполагающая наблюдение за выполнением персоналом поставленных заданий и целей.

104. Организационно-распорядительные методы менеджмента:

1. Дают возможность правильно организовать деятельность и распоряжаться ресурсами организации

2. Помогают менеджеру организации составлять распоряжения и приказы

3. Используются для упорядочения функций управления и предполагают однозначное решение конкретной ситуации

4. Дают возможность выбора варианта действий и предписывают, как в такой ситуации организовать деятельность и какие составить распоряжения

105. Совокупность принципов, методов и средств управления производством с целью повышения эффективности производства и увеличения прибыли - это:

1. Управление.

2. Менеджмент.

3. Школа менеджмента.

4. Научное направление менеджмента.

106. Сочетание государственных методов управления с контролем за деятельностью в сфере производства и строительства и стимулированием труда через заработную плату – это этап:

1. "Религиозно-коммерческий".

2. "Светско-административное" управление.

3. "Производственно-строительная" революция.

4. "Деловое администрирование".

107. Ведение бизнеса с помощью нормативов, установленных путем систематических наблюдений, экспериментов и логических рассуждений:

1. Рациональная бюрократия.

2. Функциональный (классический) менеджмент.

3. Научный менеджмент.
4. Подход бихевиористской школы

Тесты по разделу Маркетинг в здравоохранении

1. На платные медицинские услуги в государственных учреждениях здравоохранения устанавливаются цены

- а) договорные
- б) тарифные**
- в) свободные
- г) бюджетные

2. На платные медицинские услуги в системе добровольного медицинского страхования устанавливаются цены

- а) договорные**
- б) тарифные
- в) свободные
- г) бюджетные

3. На платные медицинские услуги в частных медицинских учреждениях устанавливаются цены

- а) договорные**
- б) тарифные
- в) свободные
- г) бюджетные

4. К основным составляющим цены на медицинские услуги является

- а) себестоимость
- б) себестоимость и прибыль**
- в) прибыль

5. Маркетинг в системе обязательного медицинского страхования относится

- а) к коммерческому
- б) к некоммерческому**

6. Маркетинг в системе частных медицинских организаций относится

- а) к коммерческому
- б) к некоммерческому

7. Определение «ощущаемая человеком нехватка чего-либо» характеризует элемент маркетинга

- а) нужда
- б) рынок
- в) потребность
- г) обмен
- д) спрос
- е) сделка
- ж) мотив
- з) товар

8. Определение «потребность, подкрепленная покупательной способностью» характеризует элемент маркетинга

- а) нужда
- б) рынок
- в) потребность
- г) обмен
- д) **спрос**
- е) сделка
- ж) мотив
- з) товар

9. Определение «настоятельная нужда, заставляющая искать способ ее удовлетворения» характеризует элемент маркетинга

- а) нужда
- б) рынок
- в) потребность
- г) обмен
- д) **спрос**

е) сделка

ж) мотив

з) товар

10. Определение «осознанная нужда» характеризует элемент маркетинга

а) нужда

б) рынок

в) потребность

г) обмен

д) спрос

е) сделка

ж) мотив

з) товар

11. Способ удовлетворения потребностей соответствует маркетингу

а) самообеспечения

б) попрошайничества

в) обмен

г) отъем

ЗАДАЧИ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Задача № 1

В поликлинике возникла необходимость срочного получения перевязочного материала. Счет на оплату перевязочного материала, в данный момент, оплатить нет возможности в связи с трудным финансовым положением учреждения в данный период.

Как убедить фирму привезти товар до проплаты его стоимости?

Юридически какой вариант получения товара возможен?

Задача № 2

Медицинская стоматологическая организация работает в условиях рынка. Ситуация на рынке стоматологических услуг постоянно изменяется. На рынок выходят все новые конкуренты. Поставщики стоматологических услуг

предлагают новые более совершенные технологии и материалы. В таких условиях вкусы и предпочтения потребителей также меняются. Это требует проведения систематического анализа макро среды (внешней среды) медицинского учреждения.

Какие факторы должны быть учтены руководством при анализе ситуации внешней среды методом STEP – анализа?

Задача № 3

В ситуации, когда на определенный вид медицинских услуг существует отрицательный спрос, **что необходимо предпринять руководству учреждения для преодоления этой ситуации:**

- 1) информировать потребителя о качестве медицинской услуги;
- 2) повышать качество медицинской услуги;
- 3) представлять товар на новые сегменты рынка;
- 4) информировать потребителя о пользе применения данной медицинской услуги;
- 5) повысить зарплату медицинскому персоналу.

Задача № 4

В ситуации, когда перед руководством организации стоит задача увеличения величины емкости рынка конкретной медицинской услуги, **какой из видов спроса создает резерв для этого посредством улучшения качества оказываемой медицинской услуги:**

- 1) скрытый спрос;
- 2) отрицательный спрос;
- 3) стабильный спрос;
- 4) эластичный спрос;
- 5) неэластичный спрос.

Задача № 5

Какую концепцию маркетинга целесообразно использовать при превышении спроса на определенный товар над предложением этого товара?

- 1) Концепция социально-этического маркетинга;
- 2) концепция маркетинга;
- 3) концепция совершенствования медицинской услуги;
- 4) концепция совершенствования производства;
- 5) концепция интенсификации коммерческих усилий.

Задача № 6

На рынке медицинских услуг работают две конкурирующие медицинские организации, используя технологии маркетинга, Первое – делает акцент на реализацию лечебных и диагностических услуг населению, учитывая все нужды и потребности в медицинской помощи. Второе – делает акцент на профилактические мероприятия, также удовлетворяя нужды и потребности населения в здоровье.

Укажите, какие концепции управления маркетингом преследует каждое медицинское учреждение и их отличия?

Задача № 7

Частное медицинское учреждение с целью эффективной работы со своими пациентами разделило их на небольшие группы по двум принципам:

По половому (мужчины и женщины) и по уровню доходов (высокий и низкий). Для каждой из получившихся 4 групп отдел маркетинга разработал свой комплекс медицинских услуг, метод ценообразования и способ продвижения.

Какой механизм маркетинга использовало медицинское учреждение? Дайте определение этому процессу и опишите его основные этапы.

Задача № 8

Лечебно-профилактическое учреждение решило оказывать платные медицинские услуги населению. В результате маркетингового исследования была выявлена потребность населения в стоматологической помощи. Учитывая отсутствие конкурентов в данном районе, было решено установить высокие цены на предлагаемые услуги.

Какой информации не хватает для полного анализа ситуации и эффективного ценообразования?

Задача № 9

Частнопрактикующий врач вот уже два года оказывает своим пациентам одну и ту же медицинскую услугу. Через год интенсивного роста объема оказываемых услуг установилось некоторое постоянство, а затем в течение 6 месяцев стало наблюдаться постепенное снижение объема продаж. Все проводимые мероприятия, включая рекламную кампанию, направленную на всех целевых пациентов, привели к дальнейшему росту издержек и снижению прибыли.

Выявите причины возникшей ситуации и предложите пути их решения.

Задача № 10

Медицинское учреждение оказывает некоторый перечень платных медицинских услуг. Никаких специальных маркетинговых мероприятий по работе с персоналом не проводилось. Объем оказываемых платных медицинских услуг находится на предельно низком уровне.

Какие мероприятия необходимо провести в учреждении для увеличения объема оказываемых услуг?

Задача № 11

Вы работаете менеджером в хозрасчетной поликлинике. За последние месяцы отмечается снижение прибыли от основной деятельности. Анализ сложившейся ситуации показал, что в вашем районе обслуживания открылась новая поликлиника с более широким ассортиментом медицинских услуг по более низким ценам.

Ваши действия.

Задача № 12

Вы проводите маркетинговые исследования при создании новой платной медицинской услуги.

Предложите план маркетинговых исследований.

Задача № 13

Вы проводите маркетинговые исследования при создании клиники планирования семьи.

Предложите метод сегментирования рынка при этих исследованиях.

Задача № 14

Вы проводите оценку конкурентоспособности медицинской услуги.

Опишите последовательность ваших действий при оценке конкурентоспособности методом экспертных оценок.

Задача № 15

В поликлинике возникла необходимость срочного получения перевязочного материала. Счет на оплату перевязочного материала, в данный момент, оплатить нет возможности в связи с трудным финансовым положением учреждения в данный период.

Как убедить фирму привезти товар до проплаты его стоимости?

Юридически такой вариант получения товара возможен?

Критерии оценки тестирования

Оценивание проводится в сеансе электронного обучения по стобалльной шкале.

Тест включает 100 заданий, максимальная оценка по тесту - 100.

В рамках текущего уровня усвоения знаний по дисциплине допускается результат тестирования не ниже 61 балла.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА БИОМЕДИЦИНЫ ДВФУ

ГЛОССАРИЙ

по дисциплине «**Менеджмент и маркетинг в здравоохранении**»

Направление подготовки 32.04.01 «Общественное здравоохранение»

Образовательная программа «Организация и управление медицинской и
фармацевтической деятельностью»

Форма подготовки: очная

Владивосток
2018

Авторитет — установленное и узаконенное право руководить действиями и поведением других людей.

Адаптация работника (в управлении персоналом) — это процесс приспособления работника к новому месту работы (при переходе в новую фирму, на новую должность и др.).

Адаптация социальная — процесс приспособления индивидов к организационной культуре, коллективу, условиям труда; представляет собой первую фазу социализации индивида в организации.

Анкета — это инструмент исследования, состоящий из перечня вопросов и обеспечивающий относительно быстрый сбор информации о рынке (опрос потребителей и др.), о выполняемой работе (опрос на рабочих местах с целью сбора информации для составления должностной инструкции и др.). До начала составления любой анкеты следует четко сформулировать цель исследования.

Аномия — состояние, при котором одна или более личностей не могут интегрироваться со стабильными основными институтами общества, что приводит к отрицанию наиболее значимых норм доминирующей культуры и к социальным отклонениям.

Антикризисное управление — это деятельность менеджмента организации, направленная на преодоление острых проблем предприятия, накопившихся в результате плохого управления.

Аутгруппа — группа людей, по отношению к которым индивид не испытывает чувства идентичности или принадлежности. Члены такой группы видятся индивиду как «не мы» или «чужие».

Бизнес-единица — это отдельно управляемое подразделение организации, ответственное за всю деятельность, необходимую для разработки, производства и продажи однотипной продукции или услуг.

Блок управления — часть системы управления организацией, включающая в себя нормы, цели и эталоны контролируемых параметров, а также сравнение их с реальными значениями этих параметров.

Блокада — любое вмешательство (или обстоятельство), создающее перерыв, преграду в уже начавшемся или намечаемом действии человека.

Быстрота реакции системы управления организации на принятое решение — скорость, с которой система способна изменить ее состояние в ответ на управленческое воздействие, корректирующее отклонение от эталонных значений.

Бюрократия — социальная структура, состоящая из ряда официальных лиц, членов общества, профессионально занимающихся управлением, которые образуют иерархию и различаются формальными правами и обязанностями, определяющими их действия и ответственность.

Валентность — сила предпочтения индивида в отношении какого-либо результата. Каждый рассматриваемый индивидом результат имеет определенный уровень валентности (или желательности), который колеблется от -1 (весьма нежелательно) до $+1$ (весьма желательно).

Взаимодействие социальное — система взаимообусловленных социальных действий, связанных циклической зависимостью, при которой действие одного субъекта является одновременно причиной и следствием ответных действий других субъектов.

Взаимосвязанность — характеристика внешней среды организации, указывающая на характер отношений между отдельными структурными единицами внешнего окружения, а также на отношения между этими структурными единицами и организацией.

Видение стратегическое — это представление об организации в достаточно далеком будущем. Разработка стратегического видения — мощный инструмент современного управления, позволяет создать необходимые ориентиры, помогающие высшему руководству организации разработать программу конкретных действий и на настоящий период.

Власть — это:

* по М. Веберу — любая закрепленная социальными отношениями возможность настаивать на своем даже при наличии сопротивления независимо от того, в чем эта возможность выражается;

* по Б. Расселу — достижение намеченных эффектов путем воздействия на других людей;

* по Р. Далю — возможность индивида А заставить индивида В делать то, что предоставленный самому себе В не стал бы делать;

* по Д. Итону — необходимое свойство социальной системы, способствующее ее выживанию во внешнем окружении.

Влияние в менеджменте — это прямое или косвенное воздействие на людей (индивидуумы, группы), вызывающее изменение их поведения. При этом влияющий субъект может осознавать цели и последствия своего влияния или нет. Один из главных инструментов влияния — власть; в этом случае влияние выступает в качестве промежуточной цели (конечная цель — ожидаемый результат влияния), а власть — в качестве средства достижения этих целей.

Внешнее окружение организации — совокупность физических, социальных и экономических условий, которые воздействуют прямо или косвенно на деятельность организации.

Внутренний маркетинг — это технология установления согласованного взаимоотношения между подразделениями и отдельными специалистами внутри организации на основе принципов взаимодействия покупателя и продавца на рынке в соответствии с концепцией маркетинга.

Гашение — управленческое воздействие, в ходе которого заранее изученные реакции или действия не подкрепляются. В этом случае установки, ожидания и стремления индивида остаются нейтральными. Это состояние и будет представлять собой желательное в данной ситуации поведение.

Гибкость — свойство организации, ее подразделения или управленческого органа быстро реагировать и приспосабливаться к любым изменениям, происходящим в рыночном или институциональном окружении.

Горизонтальные связи — это коммуникативные связи между различными подразделениями одного уровня или людьми в организации, занимающие неподчиненное отношение друг к другу.

Государственное управление — это стандартная управленческая деятельность (принятие решений, разработка стратегий и др.) по координации различных субъектов национальной экономики, проводимая в условиях повышенной неопределенности и при большом количестве внутренних и внешних факторов, слабо поддающихся управленческому воздействию, что снижает предсказуемость ожидаемых результатов.

Группа социальная — совокупность индивидов, взаимодействующих определенным образом на основе разделяемых ожиданий каждого члена группы в отношении других.

Группа неформальная — группа, не ориентированная на социальные статусы и роли, а основанные на межличностных отношениях, удовлетворении (или неудовлетворении) психологических или социальных потребностей членов группы, не связанных с организационными целями и задачами.

Группа формальная — группа, сознательно создаваемая для достижения коллективных целей организации, основой которой является исполнение формальных ролевых требований членами организации.

Действие — это набор внутренних и внешних импульсов личности, обеспечивающих движение человека к заданной цели.

Делегирование — передача руководителем части своих функций и полномочий руководителям более низкого уровня управления или лидерам в группах организации.

«Дерево целей» — продукт декомпозиции основных целей организации по уровням и целевым программам. Представляет собой

иерархию целей, при которой высшие цели приоритетны по отношению к низшим.

Диверсификация — это появление у организации новых направлений деятельности, ориентированных на новые рынки.

Дифференциация вертикальная — характеристика структуры организации, которая показывает количество уровней управления в организации.

Дифференциация горизонтальная — характеристика структуры организации, которая показывает степень разделения труда в организации, уровень специализации в деятельности ее подразделений.

Долговременные конкурентные преимущества — это то, чем владеет организация, и что невозможно отнять за короткий промежуток времени (имидж, система распределения, доступ к сырью и др.).

Должностная инструкция — это внутренний документ организации, регламентирующий права и обязанности сотрудников организации.

Жизненный цикл организации — это этапы развития организации от зарождения до упадка.

Закон убывающей отдачи — это закон, согласно которому при достижении определенного объема производства товаров или услуг наступает момент, когда издержки производства начинают увеличиваться вследствие двух возможных причин, одна из которых связана с необходимостью восстановления затраченной энергии.

Закон убывающей предельной полезности — это закон, согласно которому полезность каждой новой единицы потребляемого товара или услуги уменьшается в результате насыщения потребностей. Данный закон (обычно изучаемый в рамках микроэкономики) — один из первых, доказывающий существование научного менеджмента.

Изменение культурное — процесс проявления новых культурных элементов и комплексов в субкультурах и доминирующей культуре общества.

Изменение социальное — процесс проявления новых черт и элементов в социальных структурах и в системах социальных взаимоотношений.

Изменчивость — характеристика внешней среды организации, указывающая на степень устойчивости во времени отдельных структурных единиц внешней среды и связей между ними.

Изоморфизм — принцип, согласно которому всем системам (биологическим, социальным, политическим, техническим и т.д.) присущи некоторые общие или системные свойства.

Ингруппа — группа или социальная категория, по отношению к которой индивид испытывает чувство идентичности и принадлежности. Индивид определяет членов этой группы как «своих» и называет их «мы».

Инновация — целенаправленное и искусственно вызванное изменение в организации с целью повысить эффективность ее деятельности.

Институт социальный — организованная система связей и социальных норм, которая объединяет значимые общественные ценности и процедуры, удовлетворяющие основным потребностям общества.

Институционализация — процесс определения и закрепления социальных норм, правил, статусов и ролей, приведение в систему, способную действовать в направлении удовлетворения некоторой общественной потребности.

Инструментальность (в теории мотивации) — сопоставление членами организации размеров вознаграждения и результатов труда.

Интеграции степень — характеристика структуры организации, которая показывает степень взаимосвязи между отдельными подразделениями организации, их способность действовать как единое целое.

Интернализация — принятие и усвоение индивидом норм, верований и ценностных ориентаций других людей.

Каналы управления — коммуникационные каналы, по которым к руководителю поступают сведения о состоянии контролируемого параметра и передаются управленческие решения.

Команда — группа людей, объединенных достижением общей цели, во многом пересекающейся с личными целями каждого.

Конкуренция — процесс, в ходе которого осуществляется попытка достижения вознаграждения путем отстранения или опережения соперников, стремящихся к идентичным целям.

Контроль социальный — совокупность средств, с помощью которых общество или социальная группа гарантирует конформное поведение его членов по отношению к общепринятым социальным нормам и ролевым требованиям и ожиданиям.

Конфликт ролевой — конфликт, связанный с выполнением индивидом одной или нескольких социальных ролей в организации, которые характеризуются несовместимостью, конфликтующими обязанностями и требованиями.

Конфликт социальный — конфликт, связанный с достижением вознаграждения путем подчинения, навязывания своей воли, удаления или даже уничтожения противника, стремящегося достичь того же вознаграждения. От конкуренции конфликт отличается четкой направленностью, наличием инцидентов, жестким ведением борьбы.

Конформное поведение — поведение, контролируемое посредством группового давления. Группа с помощью вводимых ею норм поведения заставляет индивида следовать им для поддержания интеграции членов группы.

Концепция в менеджменте — это система взглядов, которой придерживаются в настоящий момент, определенный способ понимания, трактовки каких-либо явлений, основная точка зрения, руководящая идея для их освещения; или же ведущий замысел, конструктивный принцип различных видов деятельности.

Кооперация — процесс, в ходе которого представители одной или нескольких социальных групп в организации действуют совместно и

скоординировано ради достижения единой цели. Основой кооперации является взаимная выгода.

Критическая точка конфликта — определенный момент в развитии конфликта, характеризующийся наивысшей интенсивностью конфликтных взаимодействий. После прохождения критической точки интенсивность конфликтных взаимодействий обычно резко снижается.

Культура — некоторое сложное целое, включающее в себя духовные и материальные продукты, которые произведены людьми, социально усвоены, разделяются членами общества и могут передаваться другим людям и другим поколениям.

Культура авторитарная (в организации) — культура, характеризующаяся наличием норм прямого регулирования и жесткого контроля; предполагает ожидание работниками указаний руководителя по всем основным вопросам их деятельности и жестких наказаний за отклонение от этих указаний.

Культура демократическая (в организации) — культура, характеризующаяся наличием норм и ценностей, которые направлены на участие работников организации в принятии управленческих решений, способствуют свободному высказыванию своего мнения при решении различных проблем в организации.

Культура корпоративная (в организации) — субкультура, разделяемая членами одной, достаточно однородной (в профессиональном или статусном отношении) группы. При этом возникает чувство идентичности по отношению к представителям данной культуры, общность идей, взглядов и верований, характеризующихся понятием корпоративный дух.

Маркетинг — это деятельность, обеспечивающая производителям товаров и услуг своевременную реакцию на изменения ситуации на рынке, а потребителям — лучшее удовлетворение их потребностей.

Менеджер социокультурной деятельности — это профессиональный управляющий в области социально-культурной деятельности, имеющий высокий уровень квалификации, общей культуры, сочетающий широкую фундаментальную, научную и практическую подготовку в области социокультурного менеджмента, владеющий методами управления творческими коллективами, постановками культурно-досуговых программ и культурного воспитания людей.

Менеджмент — это деятельность, направленная на преобразование исходной ситуации в желаемую. Из этого определения следует, что мы все постоянно занимаемся менеджментом, часто сами того не подозревая.

Методы управления социокультурной сферы — это совокупность организационно-административных, экономических, социально-психологических и методов самоуправления.

Миссия в менеджменте — это главная общая цель организации, понимаемая, в первую очередь, как долговременная задача по отличному от конкурентов и желательному лучшему удовлетворению потребностей основных покупателей производимых товаров и услуг.

Модель менеджмента услуг — это модель, включающая в себя пять составляющих: сегмент рынка, концепция услуги, система оказания услуг, образ фирмы, ее философия и культура. Модель значительно облегчает продвижение услуги потребителям.

Мотив — внутреннее побуждение, импульс или намерение, которые заставляют человека делать что-либо или поступать определенным образом.

Мотивация — это:

- * сила, побуждающая индивида к действию;
- * процесс формирования силы, побуждающей к действию.

Мотивация в менеджменте — это процесс внутреннего или внешнего психологического управления поведением, сочетающий интеллектуальные, физиологические и психологические подпроцессы, заключающийся в

стимулировании самого себя или других на деятельность, направленную на достижение индивидуальных целей или общих целей организации.

Набор персонала — это один из подпроцессов специальной функции управления — управления персоналом, включающий в себя определение требований к вакантной должности, привлечение кандидатов и т.д.; определяется политикой организации по отношению к персоналу (или выращивание своих кадров, или привлечение молодых специалистов, или переманивание профессионалов из конкурирующих организаций и др.).

Наказание — управленческое воздействие на индивидов, которое способствует систематическому уменьшению частоты нежелательных действий индивида.

Нормы социальные — управляющие поведением индивидов общепринятые и обобщенные правила (шаблоны поведения).

Образ организации — это представление об организации, которое складывается у потребителей, с одной стороны, в процессе контактов с ней, с другой — под воздействием общественного мнения, в формировании которого участвуют различные инструменты коммуникации (реклама, пропаганда, слухи, и др.).

Обратная связь в менеджменте — это важнейшая часть любой системы управления, обеспечивающая поступление информации о состоянии объекта управления; наличие такой информации — залог своевременности управляющего воздействия.

Ожидание в теории мотивации — сопоставление членами организации затрат труда и результатов выполнения работы.

Ожидание в теории менеджмента — это способность человека предвосхищать будущие события; играет важную роль в мотивации и самомотивации человека, в менеджменте популярна теория ожиданий Виктора Врума.

Организация — социальная группа, ориентированная на достижение взаимосвязанных специфических целей и на формирование высокоформализованных структур на основе разделения труда.

Организация естественная — форма существования и функционирования социальной ассоциации, которая возникает непланируемо, спонтанно, основана на добровольном членстве и не имеет жесткого закрепления индивидов за определенными ролями.

Организация искусственная — система связей и социальных ролей, создаваемая в соответствии с определенным планом для достижения определенной цели и характеризующаяся жесткостью формальных связей, устойчивостью к внешним воздействиям, а также строгим закреплением ролевых функций за каждым статусом члена организации.

Ориентация профессиональная — совокупность действий, осуществляемых руководством и службами персонала, которые обеспечивают знакомство индивидов с профессией, организацией, конкретными ролевыми требованиями с целью вызвать у индивида стремление к деятельности в данной профессии, организации, в данной роли.

Отбор персонала — это процесс приведения в соответствие к требованиям должности качеств кандидатов, желающих занять определенную должность.

Отчуждение труда — процесс отделения работников организации как личностей от творческого процесса, продукта их труда и от других людей, к которым они относятся как к единицам товара. Творения человека, продукты его труда приобретают в данном случае контроль над ним.

Оценка в менеджменте — это процесс сравнения и последующего решения, обеспечивающий достижение поставленных целей. Процесс контроля включает в себя установление стандартов, измерение, сравнение и корректирующие действия при необходимости.

Переключатель — функция руководителя организации, которая заключается в фильтрации, отборе и использовании получаемой им информации.

Персонал организации — работники, составляющие структуру организации согласно имеющимся статусам и ролям, осознающие членство в организации, подчиняющиеся нормам организационной культуры и выполняющие необходимые функции в соответствии с разделением труда.

Планирование в менеджменте — это процесс выбора целей и решений, необходимых для их достижения.

Подкрепление отрицательное — управленческое воздействие на членов организации, при котором реализуется стремление исключить или отодвинуть нежелательные для целей организации результаты поведения людей.

Подкрепление положительное — управленческое воздействие на поведение членов организации, при котором увеличивается вероятность проявления положительного или желательного поведения у членов социальной группы в организации.

Позиционирование организации — это создание в сознании потребителей определенного образа (имиджа) организации, целенаправленное формирование специфического представления у потребителей о самой организации на рынке в сравнении с организациями конкурентами с помощью различных инструментов маркетинга.

Принцип «нулевой суммы» — принцип, определяющий такое положение в системе, когда приращение власти в одной части системы на определенную величину неизбежно приводит к потере власти в другой части системы на ту же величину.

Принятие решений в менеджменте — это процесс выбора альтернативы. Следуя специальному алгоритму, можно повысить эффективность принятия решений.

Приоритет в менеджменте — это степень важности одних действий в сравнении с другими. Правильное установление приоритетов — одно из главных умений любого менеджера.

Проведение изменений — это преодоление сопротивления отдельных лиц и групп в процессе проведения каких-либо нововведений в организации.

Проектная группа в менеджменте — это временное организационное образование людей с руководителем во главе, имеющее целью достижение обычно одной важной цели. Включает в себя набор всех необходимых специалистов для выполнения задания в запланированные сроки.

Проектная/матричная организационная структура — это организация, в которой для решения в короткие сроки конкретной задачи создается временная группа специалистов, после решения задачи группа распускается. Пример матричной структуры — наложение проектной структуры на функциональную или дивизиональную, основные проблемы матричной структуры связаны с нарушением принципа единоначалия.

Процесс социальный — совокупность однонаправленных и повторяющихся действий, которые можно выделить из множества других социальных действий.

Процессный подход в менеджменте — это управленческая концепция, согласно которой управление есть непрерывная серия взаимосвязанных действий или функций управления. Методология процессного подхода имеет более широкое применение (если не универсальное).

Рекурсивность — свойство организации или ее структурного подразделения быть одновременно системой и подсистемой для системы более высокого уровня.

Ресурсная концепция стратегического управления — основана на системе взглядов на управление, согласно которой разработка долгосрочной программы действий организации на рынке начинается не с изучения рынка, а с анализа внутреннего потенциала организации (оценки

ресурсов и компетенций организации), с учетом которого уже затем подбираются наиболее оптимальные рыночные возможности для организации.

Ресурсные возможности внешней среды — характеристика внешней среды организации, указывающая на возможности для взаимовыгодного обмена между организацией и структурными единицами внешней среды.

Роль социальная — совокупность ожиданий, предъявляемых к индивиду, занимающему определенную социальную позицию в организации.

Самоменеджмент — это относительно недавно выделившийся самостоятельный раздел теории управления; управленческая деятельность, обеспечивающая повышение эффективности управления собой и своими действиями.

Семинар по менеджменту — это кратковременное учебное мероприятие, имеющее целью закрепление теоретических знаний или изучение нового. **Формы проведения семинара** — проверка знаний путем опроса слушателей, творческое обсуждение новой для слушателей управленческой ситуации, мастер-классы и др.

Синергии эффект — резкое возрастание эффективности работы в ходе приращения усилий при осуществлении совместной деятельности.

Система взглядов на менеджмент, парадигма управления — это концепция, разрабатываемая теоретиками менеджмента, которой руководствуются на практике высшие управляющие при построении системы управления предприятием.

Система социальная — сложный объект социальной действительности, представляющий собой целое, которое состоит из совокупности относительно автономных частей, связанных между собой таким образом, что изменение положения или состояния одной части ведет к изменению положения или состояния всех других частей. Характеризуется наличием достаточно четких границ.

Система управления — это подсистема более крупного образования (образованного целого — системы), обеспечивающая достижение осознанных или неосознанных целей этого образованного целого. Система управления организацией включает в себя: организационную структуру, людей, которые занимаются руководящими функциями, методы управления, которые эти люди применяют и другие переменные организации (одна из них — корпоративная культура), от которых зависит движение организации к ее целям.

Системный подход в менеджменте — это общеметодологический подход, концепция, согласно которой любая организация рассматривается как система взаимосвязанных элементов, выполняющая какую-либо функцию и взаимодействующая с внешней средой.

Ситуационный анализ в менеджменте — это процесс сопоставления потенциала субъекта (фирмы, личности и др.) с характеристиками внешней среды, в которой этот субъект функционирует. Методология ситуационного анализа — ситуационный подход, один из наиболее распространенных инструментов, применяемых для выполнения ситуационного анализа, — SWOT-анализ.

Ситуационный подход — это концепция управления, утверждающая, что оптимальное решение есть подбор факторов внутри организации, соответствующих ситуации в окружающей среде.

Ситуационный подход в теориях лидерства — это эффективное лидерство, предполагает необходимость учета ситуации: требуется разное поведение руководителя по отношению к своим подчиненным в зависимости от ситуации. Факторы ситуации — зрелость коллектива, количество времени для совершения действий по решению проблемы и др.

Сложность — характеристика внешней среды организации, указывающая на количество структурных единиц внешнего окружения и связи между ними.

Содержательные теории мотивации — это психологические модели, объясняющие человеческое поведение с точки зрения его потребностей. Одна из наиболее известных — иерархия потребностей Абрахама Маслоу.

Социализация — процесс, посредством которого индивид усваивает нормы его группы таким образом, что через формирование собственного «Я» проявляется уникальность данного индивида как личности.

Социокультурная программа — это совокупность организационных, хозяйственных, экономических, социокультурных мероприятий с единым управлением, вертикальными и горизонтальными связями, согласованными по времени, ресурсами и исполнителями.

Социокультурные факторы — это параметры внешней среды, описывающие, в первую очередь, отношение различных слоев общества на данный момент времени к товарам и услугам, производимым на рынке различными фирмами в сфере деятельности этого бизнеса.

Среда косвенного воздействия в менеджменте — это факторы, оказывающие косвенное воздействие на организацию. Принято в качестве элементов этой среды рассматривать политику, экономику, технологию, географию и т.п.

Среда прямого воздействия в менеджменте — это факторы, которые непосредственно влияют на деятельность организации и сами испытывают прямое воздействие со стороны самой организации. Обычно сюда включают конкурентов, потребителей, поставщиков и др.

Стандарт в менеджменте — это образец для сравнения, необходимый элемент любой системы управления, обеспечивающий точку отсчета для принятия решений о необходимости корректирующих воздействий на управляемую систему.

Статус социальный — ранг или ранговая позиция индивида в группе или во взаимоотношениях с другими индивидами.

Стратегии буферные — виды стратегий организации по отношению к внешней среде, которые направлены на изоляцию организации от

воздействия других организаций и социальных институтов, на сохранение своей самостоятельности.

Стратегии установления взаимосвязей — виды стратегий организации по отношению к внешней среде, которые направлены на расширение и укрепление связи данной организации с другими организациями и социальными институтами.

Стратегические факторы успеха в менеджменте — это накопленные умения организации, важные для данного рынка и позволяющие ей побеждать своих конкурентов. Один из таких стратегических факторов — уровень управленческой подготовки ее менеджмента.

Стратегический альянс в менеджменте — это совместная работа нескольких организаций для победы на рынке против других конкурентов, обычно выгодна всем участникам за счет эффекта синергии. Простые формы — совместные акции, обмен информацией.

Стратегическое видение — это современный инструмент менеджмента, применяемый для облегчения составления долгосрочной программы действий фирмы, желаемое представление о фирме, ее сфере деятельности и влияния на рынке в ближайшие 5—15 лет.

Стратегическое планирование — это процесс разработки долгосрочной стратегии. И хотя вариантов алгоритма разработки стратегии столько же, сколько специалистов, решивших опубликовать свои творения по стратегическому управлению, в каждом из них всегда можно найти такие важные элементы, как оценка потенциала организации и анализ внешней среды. Особенно полезным в процессе стратегического планирования является привлечение внешнего консультанта.

Стратегия в менеджменте — это общий план достижения главной цели, предполагающий определение направлений, куда будут использованы ограниченные ресурсы (человека, организации). Результатом стратегических решений должно быть появление долговременных конкурентных преимуществ (у личности, компании).

Стратегия функциональная — это стратегия одного из структурных подразделений организации, которая обеспечивает фактическую реализацию общей стратегии организации. Соответственно можно выделить стратегию маркетинга, стратегию производства, стратегию по отношению к собственным кадрам и стратегию финансов.

Структура нормативная — совокупность формализованных взаимосвязанных ценностей, норм и ролевых ожиданий, характерных для данной организации.

Структура социальная — внутренне упорядоченная совокупность взаимосвязанных статусов и ролей в организации, ориентированных на достижение общих целей.

Технология — систематизированное знание о наиболее полезных и необходимых действиях и процессах, приводящих к достижению целей организации, а также порядок применения этих знаний.

Технология планирования социально-культурной деятельности — это совокупность взаимосвязанных и взаимообуславливающих этапов: организационно-подготовительный, разработка проекта плана, согласование и утверждение плана, пропаганда и организация его контроля.

Требования к руководителю организации — это перечень требований, которым должен удовлетворять руководитель организации.

Управление — процесс, представляющий собой совокупность действий особого органа организации, направленных на изменение существующего состояния организации или ее части в направлении достижения целей и баланса организации с внешней средой.

Управление организацией — это деятельность по координации различных ресурсов организации.

Управление персоналом — это планирование, организация, мотивация и контроль по отношению к людским ресурсам — общепринятая концепция.

Управление по слабым сигналам — это стратегический инструмент управления в условиях быстрых изменений во внешней среде, когда организация увеличивает свою активность по мере получения более точной информации о рынке.

Управленческое консультирование в менеджменте — это профессиональная деятельность в области предпринимательства, обеспечивающая связь научных основ управления и практики управления.

Устойчивость системы управления — способность организации или ее части в течение определенного времени поддерживать выбранный органом управления режим функционирования.

Функции управления в менеджменте — это составные части управления. Любое управление состоит из ряда взаимосвязанных действий: руководитель принимает решения, собирает необходимую информацию, дает поручения и т.д. В теории менеджмента принято весь процесс управления разбивать на группы действий, объединенные по какому-либо признаку. Эти группы действий и называют функциями управления (функция планирования, функция организации, функция контроля и др.).

Функциональная организационная структура — это организационная структура организации, построенная по функциональному принципу. Каждое подразделение организации отвечает за выполнение какой-либо функции — за производство, маркетинг и т.п. Функциональная структура

является основным кирпичиком в построении большинства других типов организационных структур — дивизиональных, проектных, матричных.

Функция — вклад некоторой структурной единицы в деятельность социальной системы для достижения целей этой системы.

Функция контроля/оценки в менеджменте — это подпроцесс управления, включающий в себя следующие 4 этапа: установление стандартов и допустимых отклонений от него, измерение, сравнение результатов измерения со стандартом и корректирующие воздействия на

объект управления при отклонении результатов измерения выше допустимых отклонений.

Функция маркетинга (относится к специальным функциям управления) — это функция, в первую очередь обеспечивающая сбор информации о рынке, клиентах, конкурентах и другом с целью производства таких товаров и услуг, которые наилучшим образом удовлетворяют потребности потребителей.

Функция организации (относится к общим функциям управления) — это процесс делегирования руководителем задач и полномочий своим подчиненным. В результате делегирования у организации появляется организационная структура.

Функция планирования (относится к общим функциям управления) — это подпроцесс управления, включающий в себя определение исходной ситуации (где мы находимся?), конечной цели (куда собираемся двигаться?) и пути достижения этой цели (как собираемся достичь поставленной цели?).

Функция предпринимательства — это функция, обеспечивающая новые комбинации ресурсов, включая использование внешних ресурсов, не принадлежащих организации, с целью производства новых товаров или услуг, возможно также использование новых методов управления.

Функция управления персоналом — это функция, обеспечивающая набор персонала, подготовку и переподготовку персонала, включая руководящий состав, продвижение персонала по службе, а также работу по созданию системы мотивации персонала, формированию корпоративной культуры.

Цели ориентации — цели, которые ставят себе члены организации для удовлетворения собственных потребностей; эти цели никогда не совпадают с целями-заданиями, но для успешной работы организации они должны быть ориентированы относительно целей-заданий.

Цели системы — цели, достижение которых способствует выживанию системы во внешней среде, ее адаптации.

Цели-задания — цели, которые задаются организации или ее подразделениям сверху — организацией более высокого уровня (например, министерством или более высоким ведомством) или рынком (организации должны выполнять требования, предъявляемые рынком).

Цель — желаемый, планируемый результат или те ориентиры, которых пытаются достичь, используя свою активность, члены организации для удовлетворения коллективных потребностей. Цель в условиях организации следует рассматривать как единство мотивов, средств и результатов.

Чувствительность системы управления — величина, характеризующая отклонение контролируемого параметра от цели или эталона, при котором управленческая система начинает выдавать регулирующее воздействие на процесс деятельности организации.

Экспектации — система ожиданий, требований относительно норм исполнения индивидом социальных ролей; представляют собой разновидность социальных санкций в организациях.

Источники:

1. Лапыгин Ю. Н. Стратегический менеджмент: Учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2007. 236с.
2. [http://www. finbook. biz/subj. html? prm=6](http://www.finbook.biz/subj.html?prm=6) – электронная библиотека книг по экономике
3. Грант Р. Современный стратегический анализ. 7 изд. СПб.: Питер, 2012. 544 с.: <http://window.edu.ru/resource/702/71702>