**Модуль 1. Социальные основы маркетинга. История развития маркетинга.**

**Контрольные вопросы к Модулю**

1. Назовите и охарактеризуйте основные подходы управления маркетингом.
2. Научные концепции управления маркетингом и целесообразность их использования в управлении лечебным учреждением
3. Охарактеризуйте маркетинг нового тысячелетия. Дайте определение современного маркетинга, как маркетингового управления.
4. Что такое интегрированный маркетинг? Охарактеризуйте два его основных уровня.
5. Основные эволюционные этапы развития теории и практики маркетинга.

**Тема 1. Социальные основы маркетинга. Готовностью к участию во внедрении новых методов и методик в области своей профессиональной деятельности История развития маркетинга.**

**Формы текущего контроля успеваемости:**

1. Ответы на контрольные вопросы
2. Решение проблемно-ситуационных задач

**Оценочные материалы текущего контроля успеваемости**

**2**. **Типовые проблемно-ситуационные задачи**

**Задача 1**

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.

1. Какой механизм маркетинга использовало медицинское учреждение?

2. Дайте определение этому процессу и опишите его основные этапы.

**Тема 2. Управление маркетингом. Готовностью к оперативному поиску, анализу и публичному представлению результатов исследований.**

**Формы текущего контроля успеваемости:**

1. Ответы на контрольные вопросы
2. Решение проблемно-ситуационных задач

**Оценочные материалы текущего контроля успеваемости**

**2**. **Типовые проблемно-ситуационные задачи**

**Задача 2**

Вы проводите маркетинговые исследования при создании центра «Брак и семья».

Предложите метод сегментирования рынка при этих исследованиях.

**Тема 3. Виды маркетинга в здравоохранении. Способность к оперативному поиску, анализу и публичному представлению результатов исследований в области сестринского дела.Формы текущего контроля успеваемости:**

1. Ответы на контрольные вопросы
2. Решение проблемно-ситуационных задач

**Оценочные материалы текущего контроля успеваемости**

**2. Типовые проблемно-ситуационные задачи**

**Задача № 3**

Спрос является весьма динамичным явлением. Он может изменяться в диаметрально противоположных направлениях: от ажиотажного до негативного, то есть полного отрицания потребителями необходимости приобретения каких-либо товаров и/или услуг. Негативный спрос на рынке медицинских услуг существует, когда значительная часть пациентов отвергает какую-либо услугу. Например, население начинает заниматься лечением народными средствами, методами традиционной медицины, самолечением и предпочитает обращаться к народным целителям или знахарям, а не к профессиональным медикам. Соответственно различным состояниям спроса маркетинг предлагает использовать разные стратегии, имеющие свои собственные цели и инструменты.

**Задание:**

Приведите примеры существующего на медицинском рынке негативного спроса на некоторые виды здравоохраненческих услуг. Назовите тип маркетинговой стратегии, являющейся методом выбора в случае негативного спроса, сформулируйте цель и задачу этого вида маркетинга и назовите его маркетинговые инструменты.