

Вінницький національний медичний університет ім. М.І. Пирогова
Навчально-науковий Інститут громадського здоров'я, біології,
контролю та профілактики хвороб
Кафедра менеджменту та маркетингу

Презентація вибіркової дисципліни

СТРАТЕГІЇ ЗОЗ НА РИНКУ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ



Галузь знань, спеціальність, освітній рівень

Галузь знань – D “Бізнес,
адміністрування та право”

Спеціальність – D3 “Менеджмент”

Освітній рівень – другий
(магістерський)

Форма навчання – денна, заочна



Інформаційний обсяг навчальної дисципліни



Вибіркова навчальна дисципліна
Загальний обсяг навчального часу – 90 год.
(3 кредити ECTS):
Дисципліна вивчається у
2-му семестрі.
Форма підсумкового
контролю – залік.

Мета та завдання навчальної дисципліни

Предметом вивчення навчальної дисципліни є набуття знань і формування умінь та навичок у сфері розробки та реалізації стратегій управління закладами охорони здоров'я (ЗОЗ) на ринку медичних послуг, аналізу конкурентного середовища та вивчення потреб споживачів.

Мета викладання навчальної дисципліни: підготовка фахівців, здатних розробляти, впроваджувати та оцінювати ефективність стратегій управління закладами охорони здоров'я, враховуючи сучасні тенденції та виклики на ринку медичних послуг.

Основними завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

- вивчення основних принципів стратегічного управління в охороні здоров'я;
- оцінка зовнішнього та внутрішнього середовища ЗОЗ для формування стратегій;
- аналіз ринку медичних послуг (тенденції, конкуренція, споживацькі потреби);
- розробка стратегій маркетингу для закладів охорони здоров'я;
- вивчення методів оцінювання ефективності стратегій ЗОЗ.
- аналіз фінансових особливостей стратегічного управління в охороні здоров'я;
- ознайомлення з міжнародним досвідом управління закладами охорони здоров'я;
- розробка планів дій для реалізації стратегій на ринку медичних послуг;
- вивчення етичних особливостей стратегічного управління в охороні здоров'я;
- формування навичок командної роботи для реалізації стратегічних проектів у сфері охорони здоров'я.



Структура навчальної дисципліни

1. Поняття та значення стратегічного управління в охороні здоров'я
2. Інструменти та методи аналіз ринку медичних послуг, використання цифрових технологій для збору та аналізу даних
3. SWOT-аналіз у стратегічному управлінні закладами охорони здоров'я
4. Основи розробки маркетингових стратегій для ЗОЗ
5. Фінансові особливості стратегічного управління в охороні здоров'я
6. Методи оцінювання ефективності діяльності закладів охорони здоров'я
7. Вплив зовнішнього середовища на стратегії ЗОЗ
8. Соціальні детермінанти здоров'я та їх вплив на стратегії ЗОЗ
9. Міжнародний досвід стратегічного управління в охороні здоров'я
10. Етичні та правові особливості стратегічного управління в медичній сфері



Результати навчання для дисципліни



ЗНАТИ:

- основні концепції та теорії стратегічного управління в охороні здоров'я;
- методи аналізу ринку медичних послуг;
- принципи формування маркетингових стратегій для ЗОЗ;
- основи фінансового управління закладами охорони здоров'я;
- етапи розробки та реалізації стратегій у сфері охорони здоров'я;
- міжнародні стандарти управління медичними установами;
- показники ефективності діяльності закладів охорони здоров'я;
- правові особливості управління закладами охорони здоров'я;
- соціальні та етичні особливості стратегічного управління;
- виклики та тенденції, що впливають на ринок медичних послуг.

ВМІТИ:

- розробляти та впроваджувати стратегічні плани для закладів охорони здоров'я;
- проводити SWOT-аналіз та аналіз конкурентного середовища;
- оцінювати потреби споживачів медичних послуг;
- використовувати маркетингові інструменти для просування послуг ЗОЗ;
- розробляти фінансові моделі для оцінки ефективності стратегій;
- оцінювати ризики, пов'язані з реалізацією стратегій на ринку медичних послуг;
- готувати аналітичні звіти та рекомендації щодо стратегічного управління;
- співпрацю з різними підрозділами ЗОЗ для реалізації стратегічних проектів;
- використовувати інформаційні та цифрові технології для аналізу даних ринку;
- проводити презентації стратегічних планів перед керівництвом та зацікавленими сторонами.

ДЯКУЄМО ЗА УВАГУ!



**Підготовлено завідувачем кафедри
менеджменту та маркетингу
де.н. Юлією ГОЛОВЧУК**