

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность:

Документ подписан в:

Дата подписания: 20.06.2026 13:14:31

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ

Начальник

учебно-методического управления

Т.К. Платонова

«25» мая 2026 г.

**Рабочая программа дисциплины  
Современный медицинский клиентоориентированный сервис**

Направление подготовки

38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль) программы магистратуры

38.04.02.09 Менеджмент в здравоохранении

Для набора 2026 года

Квалификация  
магистр

**КАФЕДРА           Инновационный менеджмент и предпринимательство****Распределение часов дисциплины по семестрам / курсам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
	13			
Неделя	13			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	16	16	16
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	48	48	48	48
Сам. работа	96	96	96	96
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	180	180	180	180

**ОСНОВАНИЕ**

Учебный план утвержден учёным советом Университета (протокол № 9 от 03.03.2026 г.).

Программу составил(и): к.э.н., доцент, Михненко Т.Н.; к.э.н., доцент, Шарапа С.А.

Зав. кафедрой: к.э.н., доцент Т.Н. Михненко

Методический совет направления: д.э.н., профессор В.М. Джуха

Директор института магистратуры: д.э.н., профессор Е.А. Иванова

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	формирование у обучающихся базовых теоретических знаний в области современного клиентского сервиса в медицине и его особенностей, развитие необходимых практических умений и навыков их применения в будущей профессиональной деятельности различных предметных областях.
-----	---

### 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия**

**ПК-3. Способен оценивать внешнюю среду организации здравоохранения, оценивать эффективность внедрения новых организационных технологий в деятельность организации здравоохранения, планировать потребности организации здравоохранения в ресурсах, планировать, координировать и контролировать финансово-хозяйственную деятельность организации здравоохранения**

#### В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:**

- этапы организации клиентоориентированного сервиса в медицине (соотнесено с индикатором УК-4.1.);
- специфику, различия, достоинства и недостатки различных направлений организации клиентоориентированного сервиса в медицине (соотнесено с индикатором ПК-3.1).

**Уметь:**

- использовать современные методы успешных продаж услуг медицинской организации, работать с возражениями клиентов (соотнесено с индикатором УК-4.2);
- эффективно использовать методики клиентоориентированного сервиса в медицине (соотнесено с индикатором ПК-3.2).

**Владеть:**

- методами поиска клиентов, эффективными тактиками установления контакта с клиентами (соотнесено с индикатором УК-4.3);
- методами управления долговременными взаимоотношениями с клиентами, современными стандартами обслуживания клиентов (соотнесено с индикатором ПК-3.3).

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### Раздел 1. Роль клиентского сервиса в деятельности медицинской организации

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
1.1	Тема: "Сущность клиентского сервиса". Материальные и нематериальные аспекты клиентского сервиса. Направления клиентского сервиса. Сервисные компетенции, позволяющие сотрудникам практиковать клиентоориентированное поведение	Лекционные занятия	1	4	УК-4 ПК-3
1.2	Тема: "Составляющие медицинского сервиса для пациентов". Моральная составляющая медицинского сервиса для пациентов. Физическая, физиологическая, эстетическая, психологическая составляющая медицинского сервиса для пациентов.	Практические занятия	1	8	УК-4 ПК-3
1.3	Тема: "Клиентоориентированность и маркетинг в здравоохранении". Персонализация и индивидуализация в работе с клиентами. Специфические особенности клиентоориентированности в здравоохранении. Технологии организации медицинского клиентоориентированного сервиса.	Самостоятельная работа	1	10	УК-4 ПК-3
1.4	Тема: "Клиентоориентированность медицинского персонала". Модель COSE: факторы, формирующие клиентоориентированность персонала в сфере услуг. Основные тенденции в маркетинге здравоохранения. Создание ценности услуги для пациента.	Практические занятия	1	2	УК-4 ПК-3
1.5	Тема: "Формирование подходов к изучению понятия «воспринимаемая ценность». Определения ценности медицинской услуги. Основные составляющие процессы предоставления медицинской услуги: сервис и обслуживание; опыт и квалификация сотрудника, непосредственно оказывающего услугу; «трансформация» — переход потребителя услуги (пациента) от впечатлений от услуги к некому измененному состоянию самого себя.	Лекционные занятия	1	10	УК-4 ПК-3
1.6	Тема: "Этапы развития маркетинга в здравоохранении". Этапы эволюции маркетинга в здравоохранении: зарождение и современное состояние.	Самостоятельная работа	1	22	УК-4 ПК-3
1.7	Тема: "Концепция клиентоориентированного сервиса в управленческой теории". Значение для бизнеса, подходы к	Самостоятельная работа	1	24	УК-4 ПК-3

	взаимодействию с клиентом, структура сервиса, функциональное взаимодействие, методы оценки.				
<b>Раздел 2. Формирование лояльности клиентов медицинской организации</b>					
№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
2.1	Тема: "Формирование лояльности покупателей как одна из задач клиентоориентированного сервиса". Понятие лояльности клиентов. Показатели лояльности клиентов. Эмоциональная и поведенческая лояльность	Лекционные занятия	1	2	УК-4 ПК-3
2.2	Тема: "Приверженность клиента медицинской организации". Инструменты формирования лояльности: ценовые и неценовые. Этапы формирования отношений с клиентами. Типы клиентов. Модели поведения потребителей. Стратегии привлечения новых клиентов. Технологии удержания клиентов	Практические занятия	1	14	УК-4 ПК-3
2.3	Тема: "Разработка программ лояльности клиентов". Программа лояльности и ее цели. Виды программ поощрения клиентов. Дисконтные программы и клубы постоянных покупателей. Открытые и закрытые программы лояльности. Этапы и принципы разработки программ лояльности. Коалиционные программы лояльности. Неценовые программы лояльности	Практические занятия	1	8	УК-4 ПК-3
2.4	Тема: "Работа с возражениями и жалобами потребителей". Возражения клиента (возражения, связанные с ценой и качеством товара, с гарантиями, с доверием к продавцу и пр.). Практика работы с возражениями клиента. Понятие и причины жалоб покупателей. Основные принципы работы с жалобами и претензиями клиентов. Типы конфликтных клиентов и работы с конфликтными личностями в процессе продажи.	Самостоятельная работа	1	40	УК-4 ПК-3
2.5	Подготовка к промежуточной аттестации	Экзамен	1	36	УК-4 ПК-3

#### 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

#### 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 5.1. Учебные, научные и методические издания

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
1	Артамонова, Г. В., Богомолова, Н. Д., Ивойлов, В. М., Перепелица, Д. И., Царик, Г. Н.	Общественное здоровье и здравоохранение: учебное пособие	Кемерово: Кемеровская государственная медицинская академия, 2009	ЭБС «IPR SMART»
2	Артамонова, Г. В., Богомолова, Н. Д.	Менеджмент и маркетинг в здравоохранении. Психология управления. Часть 1: учебное пособие	Кемерово: Кемеровская государственная медицинская академия, 2006	ЭБС «IPR SMART»
3	Артамонова, Г. В., Богомолова, Н. Д.	Менеджмент и маркетинг в здравоохранении. Психология управления. Часть 2: учебное пособие	Кемерово: Кемеровская государственная медицинская академия, 2006	ЭБС «IPR SMART»
4		Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса	, 2006	ЭБС «IPR SMART»
5		Сервис в России и за рубежом	, 2007	ЭБС «IPR SMART»
6	Савельева Н. А., Кармадонов А. В., Анопченко Т. Ю., Топоров С. И., Пайтаева К. Т.	Маркетинг в здравоохранении: учебник	Москва: Дашков и К°, 2022	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»

**5.2. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

КонсультантПлюс Справочная правовая система: <https://www.consultant.ru/>  
Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы РФ <http://www.fas.gov.ru/>  
База статистических данных Росстата <http://www.gks.ru/>  
Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» <http://ecsocman.hse.ru>  
Гарант Справочная правовая система: <https://www.garant.ru/>  
Портал для руководителей здравоохранения: <https://www.orgzdrav.com/>

**5.3. Перечень программного обеспечения**

Операционная система РЕД ОС  
LibreOffice

**5.4. Учебно-методические материалы для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья**

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

**6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;
- персональный компьютер / ноутбук (переносной);
- проектор;
- экран / интерактивная доска.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

**7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

Приложение 1

Фонд оценочных средств

1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
УК-4: Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия			
3 - этапы организации клиентоориентированного сервиса в медицине	осуществление поиска и сбора необходимой литературы, использование различных баз данных, современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов, проведение сбора и обработки данных об организации клиентоориентированного сервиса в медицине	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; правильность решения тестов	Вопросы к экзамену (1-20), тесты (1-11), доклад (1-15), эссе (1-5), практико-ориентированные задания (1-6)
У - использовать современные методы успешных продаж услуг медицинской организации, работать с возражениями клиентов	выявление проблемы, анализ и использование различных источников информации для использования современных методов продаж услуг медицинской организации	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; правильность решения практико-ориентированных заданий.	Вопросы к экзамену (1-20), тесты (1-11), доклад (1-15), эссе (1-5), практико-ориентированные задания (1-6)

В - методами поиска клиентов, эффективными тактиками установления контакта с клиентами	выполнение практико-ориентированных заданий, решение поставленных задач при написании эссе в соответствие с проблемой исследования	правильность интерпретации данных, полученных при решении практико-ориентированных заданий, обоснованность выводов, полученных при написании эссе	Вопросы к экзамену (1-20), тесты (1-11), доклад (1-15), эссе (1-5), практико-ориентированные задания (1-6)
ПК-3: Способен оценивать внешнюю среду организации здравоохранения, оценивать эффективность внедрения новых организационных технологий в деятельность организации здравоохранения, планировать потребности организации здравоохранения в ресурсах, планировать, координировать и контролировать финансово-хозяйственную деятельность организации здравоохранения			
З - специфику, различия, достоинства и недостатки различных направлений организации клиентоориентированного сервиса в медицине	осуществление поиска и сбора необходимой литературы, использование различных баз данных, современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов, проведение сбора и обработки данных о различных направлениях клиентоориентированного сервиса в медицине	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; правильность решения тестов	Вопросы к экзамену (1-20), тесты (1-11), доклад (1-15), эссе (1-5), практико-ориентированные задания (1-6)
У - эффективно использовать методики клиентоориентированного сервиса в медицине	выявление проблемы, анализ и использование различных источников информации для эффективного использования современных методик медицинского клиентоориентированного сервиса	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; правильность решения практико-	Вопросы к экзамену (1-20), тесты (1-11), доклад (1-15), эссе (1-5), практико-ориентированные задания (1-6)

		ориентированных заданий.	
В - методами управления долгосрочными взаимоотношениями с клиентами, современными стандартами обслуживания клиентов	выполнение практико-ориентированных заданий, решение поставленных задач в соответствии с проблемой исследования	правильность интерпретации данных, полученных при решении практико-ориентированных заданий, обоснованность выводов, полученных при написании эссе	Вопросы к экзамену (1-20), тесты (1-11), доклад (1-15), эссе (1-5), практико-ориентированные задания (1-6)

### 1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале.

- 84-100 баллов (оценка «отлично»);
- 67-83 баллов (оценка «хорошо»);
- 50-66 баллов (оценка «удовлетворительно»);
- 0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»).

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

### Вопросы к экзамену

1. Материальные и нематериальные аспекты клиентского сервиса.
2. Направления клиентского сервиса.
3. Сервисные компетенции, позволяющие сотрудникам практиковать клиентоориентированное поведение.
4. Моральная составляющая медицинского сервиса для пациентов.
5. Физическая составляющая медицинского сервиса для пациентов
6. Физиологическая составляющая медицинского сервиса для пациентов.
7. Эстетическая составляющая медицинского сервиса для пациентов.
8. Психологическая составляющая медицинского сервиса для пациентов.
9. Персонализация и индивидуализация в работе с клиентами.
10. Специфические особенности клиентоориентированности в здравоохранении.
11. Технологии организации медицинского клиентоориентированного сервиса.
12. Основные тенденции в маркетинге здравоохранения.
13. Создание ценности услуги для пациента.
14. Определения ценности медицинской услуги.
15. Основные составляющие процессы предоставления медицинской услуги.
16. Формирование лояльности покупателей как одна из задач клиентоориентированного сервиса.
17. Инструменты формирования лояльности: ценовые и неценовые.
18. Этапы формирования отношений с клиентами медицинской организации. Типы клиентов.
19. Модели поведения потребителей.
20. Стратегии привлечения новых клиентов. Технологии удержания клиентов.

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» (84-100 баллов) выставляется, если изложено правильное понимание вопроса и дан исчерпывающий на него ответ, содержание раскрыто полно, профессионально, грамотно. Ответ показывает, что студент усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявил творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала; показал всестороннее систематическое знание учебно-программного материала, четко и самостоятельно (без наводящих вопросов) отвечал на вопрос билета; практико-ориентированного задания решено верно, результаты интерпретированы верно;
- оценка «хорошо» (67-83 баллов) выставляется, если изложено правильное понимание вопроса, дано достаточно подробное описание предмета ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия, относящиеся к предмету ответа, ошибочных положений нет. Ответ показывает, что студент показал полное знание учебно-программного материала, грамотно и по существу отвечал на вопрос билета и не допускал при этом существенных неточностей; показал систематический характер знаний по дисциплине и способен к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебы и профессиональной деятельности; практико-ориентированного задания решено верно, результаты интерпретированы с небольшими неточностями;
- оценка «удовлетворительно» (50-66 баллов) выставляется студенту, обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющемуся с выполнением заданий, предусмотренных программой; допустившему неточности в ответе и при выполнении экзаменационных заданий, но обладающими необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя; практико-ориентированного задания решено верно, результаты интерпретированы с существенными погрешностями;
- оценка «неудовлетворительно» (0-49 баллов) выставляется студенту, обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий; давшему ответ, который не соответствует вопросу экзаменационного билета; практико-ориентированного задания не решено.

### Тесты

Вопрос 1. Из каких двух понятий складывается понятие «клиентоориентированность»

Варианты ответов

- клиент и ориентация
- клиент и прибыль
- клиент и коммуникация

Вопрос 2

Как можно назвать специалиста, проявляющего внимание к потребностям клиентов, стремящегося удовлетворить их требования

Варианты ответов

- клиентоориентированный
- профессионал
- озабоченный

Вопрос 3

Что оказывает влияние на способность организации продолжать свой бизнес в любых условиях?

Варианты ответов

- конкурентоспособность
- умение привлекать к себе клиентов
- способность быстро продавать страховые продукты
- рейтинг надежности страховой организации

Вопрос 4

Какие функциональные подразделения медицинской организации или бизнес-процессы страхования ориентированные преимущественно на клиентов?

Варианты ответов

- отдел маркетинга
- отдел продаж
- отдел андеррайтинга
- операционный отдел
- бизнес-администрирование

Вопрос 5

Что понимают под аббревиатурой CRM?

Варианты ответов

- потребительские инновации в медицине
- механизм управления бизнес-процессами в медицине
- механизм управления взаимоотношениями с клиентами

Вопрос 6

В чем состоит суть философии управления взаимоотношениями с клиентами (CRM)?

Варианты ответов

- восприятие клиента
- развития организации
- коммуникационные препятствия

Вопрос 7

Какие показатели эффективности деятельности медицинской организации являются следствием грамотной организации бизнеса?

Варианты ответов

- рентабельность, стабильность, кредитоспособность
- продажи, прибыль, денежный поток
- клиенты, специалисты

Вопрос 8

Для каких целей рассчитывают индекс клиентоориентированности?

Варианты ответов

- для оценки готовности покупателей к повторным покупкам
- определения приверженности потребителей к медицинской организации
- для проведения опросов клиентов, интервьюирования или анкетирования
- для определения факторов и результатов исследования рынка медицинских услуг

Вопрос 9. Без чего невозможно достижение поставленных задач в области управления отношениями с клиентами?

Варианты ответов

- без согласованной работы всех подразделений компании
- без качественной работы всех отделов медицинской организации
- без соблюдения корпоративных интересов медицинской организации

Вопрос 10

Что является основой клиентоориентированной медицинской организации?

Варианты ответов

- маркетинг
- клиенты
- продажи

Вопрос 11

Что надо сделать, чтобы сформировать клиентоориентированную бизнес-культуру в медицинской организации?

Варианты ответов

- выработать определенную модель поведения сотрудников медицинской компании
- изменить менталитет и отношения сотрудников, наладить бесперебойность процессов обслуживания, создать единый информационный поток
- тщательно изучить нужды клиентов, их запросов, максимальное удовлетворение их потребностей

- больше сотрудничать с партнерами по продвижению медицинских услуг
- тщательно проводить сегментацию клиентов и привлекать только заинтересованных лиц

Инструкция по выполнению. Выберите один или несколько правильных ответов.

Критерии оценивания:

- 17-20 баллов выставляется, если студент ответил правильно на 100-85% заданий теста;
- 13-16 баллов, если студент ответил на 84-69 % заданий;
- 10-12 баллов, если студент ответил на 68-50% заданий;
- 0-9 баллов, если студент ответил менее, чем на 50 % заданий.

#### Темы докладов с презентацией

1. Развитие клиентоориентированности один из важнейших факторов успеха компании.
2. Лестница лояльности клиентов.
3. Стратегическая матрица CRM.
4. Экономии привлечения клиентов.
5. Роль клиентов-адвокатов.
6. Роль клиентов-террористов.
7. Экономика удержания клиентов.
8. Стратегии в отношении каналов взаимодействия клиента с организацией.
9. Клиентоориентированная модель обслуживания.
10. Процесс создания ценности.
11. Классификацию клиентов по их прибыльности.
12. Роль многоканальной стратегии.
13. Роль информации в процессе управления информацией согласно концепции CRM.
14. Роль информационных технологий в процессе управления информацией согласно концепции CRM.
15. Роль аналитических средств в процессе управления отношениями с клиентами.

Обучающийся может подготовить не более двух докладов с презентацией.

Критерии оценивания одного доклада с презентацией:

- 10-8 баллов выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно;
- 7-5 баллов, если обучающийся раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;
- 4-2 балла, если обучающийся обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;
- 0-1 баллов, если обучающийся не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

#### Темы эссе

1. Назначение клиентоориентированных технологий в здравоохранении.
2. Критерии клиентоориентированности в здравоохранении.
3. Организация клиентоориентированного медицинского сервиса в современных медицинских организациях (на примере...).
4. Лояльность сотрудников и клиентов медицинской организации.
5. Клиентоориентированные подходы к разным типам клиентов (на примере...).

Обучающийся может написать не более одного эссе.

Критерии оценивания:

- 26-30 баллов выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно;

21-25 балла, если обучающийся раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;  
15-20 баллов, если обучающийся обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;  
0-14 баллов, если обучающийся не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом вопросе.

#### Практико-ориентированные задания

1. Медицинская организация с использованием анкетного опроса выполнила маркетинговые исследования по оценке качества обслуживания клиентов. Результаты анкетного опроса показали, что отличное обслуживание выделили 1200 потребителей, хорошее обслуживание соответственно 1200, удовлетворительное – 100; неудовлетворительное – 50.

Задание:

1) Постройте социограмму с выделением целевых аудиторий потребителей данной медицинской компании.

2) Определите коэффициент качества обслуживания клиентов и подготовьте конструктивные предложения по повышению сервиса обслуживания потребителей.

2. В 20XX году медицинская компания А работала не столь эффективно, как раньше. Этому способствовали различные причины, в том числе, действия на рынке медицинской компании Б – близкого конкурента, которая позиционировала себя так же как А (тот же ассортиментный ряд), но с упором на качество услуг. А так же многих других конкурентов, которые становились не только более прибыльными, но и уже догоняли медицинскую компанию А. В этой связи, компания А решила бороться со спадом.

Задание:

Предложите конструктивные меры по стимулированию целевых аудиторий потребителей медицинской компании А (скидки, конкурсы и т.д. с учетом создания уютной и сервисной атмосферы обслуживания).

3. Рассмотрите ситуацию: Вы – руководитель медицинской организации и планируете повысить цены на свои услуги.

Задание: В какой маркетинговой информации Вы нуждаетесь? Как можете получить её?

4. Перечислите проломы удержания клиентов медицинской организации и предложите пути их решения. Приведите примеры.

5. Социально-демографические и экономические факторы и их роль в формировании лояльности в сфере медицинских услуг.

6. Приведите примеры повышения лояльности клиентов медицинской организации. Как оценивается эффективность лояльности различных категорий клиентов медицинской организации?

Приведите примеры.

Обучающийся должен решить минимум одно практико-ориентированное задание.

Критерии оценивания.

25-30 баллов – обучающийся самостоятельно и правильно решил практико-ориентированное задание, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение, используя профессиональные понятия, правильно интерпретировал полученные значения;

19-24 баллов – обучающийся самостоятельно и в основном правильно решил задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение, не все показатели интерпретировал верно;

13-18 баллов – обучающийся неполностью решил практико-ориентированное задание, допустил ошибки в интерпретации полученных показателей;

0-12 баллов – практико-ориентированное задания не решено, или решено не верно, или решено верно, но выводы сделаны неверные.

### 3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы.

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена. Экзамен проводится по расписанию промежуточной аттестации. Количество вопросов в задании – 3: два теоретических вопроса и одно практико-ориентированное задание. Проверка ответов и объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

## МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются вопросы организации клиентоориентированного сервиса в медицине, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания обещающихся по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки использования современных методик организации медицинского клиентоориентированного сервиса.

При подготовке к практическим занятиям каждый обучающийся может:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций.

По согласованию с преподавателем обучающийся может подготовить доклад с презентацией по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям обучающиеся могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены обучающимися в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы обучающихся над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый обучающийся может прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников, а также выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации обучающиеся могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.

Методические указания по написанию эссе.

Требования, предъявляемые к эссе:

1. Объем эссе не должен превышать 5-8 страниц. Печать производится через 1,5 интервала, размер шрифта 14 с выравниванием по ширине. Левое поле листа 30 мм, правое – 10 мм, верхнее – 20 мм, нижнее 20 мм. Текст должен оформляться абзацами с отступом 1,25 см.

2. Эссе должно восприниматься как единое целое, идея должна быть ясной и понятной.

3. Необходимо писать коротко и ясно. Эссе не должно содержать ничего лишнего, должно включать только ту информацию, которая необходима для раскрытия вашей позиции, идеи.

4. Эссе должно иметь грамотное композиционное построение, быть логичным, четким по структуре.

5. Каждый абзац эссе должен содержать только одну основную мысль.

6. Эссе должно показывать, что его автор знает и осмысленно использует теоретические понятия, термины, обобщения, мировоззренческие идеи.

7. Эссе должно содержать убедительную аргументацию заявленной по проблеме позиции.

Структура эссе.

Эссе состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении выделяют главную проблему, которую нужно раскрыть, и решить, каким образом эта проблема будет проанализирована.

В основной части целесообразно выстраивать систему аргументации на основе глубокой проработки темы и доказательств, обосновывающих высказанные утверждения. Следует выдвигать новые идеи по одной, в логической последовательности, которая даст возможность читателю проследить направление рассуждений. Эссе считается малой формой письменных работ, поэтому не принято делить основную часть на отдельные главы. Вместе с тем для удобства изложения и ясности логики аргументации основное содержание подразделяется абзацы.

В заключении дается обобщение выдвинутых идей и освещаются ключевые моменты главной части работы. Как правило, заключение составляется в соответствии с названием работы. Также здесь можно указать направления дальнейшего исследования и изучения данной темы.