

АНОТАЦІЯ ВИБІРКОВОГО КОМПОНЕНТА «МАРКЕТИНГ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ»

Кафедра, яка забезпечує викладання	кафедра менеджменту та маркетингу
Спеціальність	I2 «Медицина»
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Курс	3 курс
Обсяг (кредити ЄКТС)	2,0 кредити
Мова викладання	українська
Пререквізити	ОК2 «Українська мова за професійним спрямуванням», ОК3 «Філософія»
Предметна галузь (що буде вивчатись) та основні завдання	<p><i>Предметом вивчення освітнього компонента є теоретичні та практичні засади маркетингу медичних послуг, особливості їх формування, просування та споживання в системі охорони здоров'я.</i></p> <p><i>Основні завдання освітнього компонента:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – формування теоретичних знань про маркетинг медичних послуг як окремого напрямку в системі охорони здоров'я; – вивчення особливостей поведінки споживача медичних послуг та принципів формування клієнтського досвіду; – опанування підходами до побудови сервісної моделі надання медичних послуг; – оволодіння методами персоналізації, диференціації та позиціонування медичних послуг на ринку; – розвиток навичок створення ефективних маркетингових комунікацій для закладу охорони здоров'я; – вивчення цифрових інструментів просування медичних послуг та управління онлайн-репутацією; – ознайомлення зі стратегіями цінової політики, брендування і підвищення лояльності споживачів; – набуття навичок аналітики, планування та оцінювання ефективності маркетингових дій у сфері медицини.
Практичні навички, які можна здобути, можлива сфера їх застосування	<p><i>Вміти:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – аналізувати поведінку та очікування пацієнтів як споживачів медичних послуг; – будувати клієнтські маршрути та визначати точки взаємодії у сервісному процесі; – розробляти маркетингові стратегії для просування медичних послуг; – створювати ефективний контент та адаптувати його до різних аудиторій; – використовувати соціальні мережі, сайти, мобільні додатки для цифрового просування закладу охорони здоров'я; – планувати та реалізовувати кампанії з брендингу, лояльності та репутаційного менеджменту; – формувати цінову політику відповідно до ринку та очікувань клієнтів; – оцінювати результати маркетингових заходів та адаптувати стратегії.
Форма підсумкового контролю	залік
Інформаційне забезпечення (посилання на інформаційні ресурси кафедри)	https://new.vnmu.edu.ua/department/64/content/5345
Контактна інформація	mgmt@vnmu.edu.ua, +3 8 098 08 56 008 вул. Пирогова, 56 (морфологічний корпус), 1 поверх, каб. 61а