

ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ

Кафедра фізичної терапії та ерготерапії

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МАРКЕТИНГ У СФЕРІ РЕАБІЛІТАЦІЙНИХ ПОСЛУГ

галузь знань 22 Охорона здоров'я
(шифр і назва)

спеціальність: 227 Фізична терапія та ерготерапія
(шифр і назва спеціальності)

інститут, факультет, відділення: факультет фізичної реабілітації та факультет
післядипломної та заочної освіти
(назва інституту, факультету, відділення)

рівень освіти: магістр

Навчальна програма з дисципліни «Маркетинг у сфері реабілітаційних послуг» для студентів спеціальності 227 Фізична терапія та ерготерапія.

XI с. (денна форма навчання), XIII с. (заочна форма навчання)

Розробник: доцент, к.фіз.вих. Стасюк О.М.

Навчальна програма затверджена на засіданні кафедри фізичної терапії та ерготерапії

Протокол від “29”серпня 2018 року № 1

Завідувач кафедри фізичної терапії та ерготерапії

(Мазепа М.А.)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Навчальна програма затверджена на засіданні Ради факультету спорту

Протокол від. “19” вересня 2018 року № 1

Голова _____

(Данилевич М. В.)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Навчальна програма затверджена на засіданні Ради факультету П та ЗО

Протокол від. “14”вересня 2018 року № 1

Голова _____

(Сидорко О. Ю.)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

© _____, 2018 рік

© _____, 2018 рік

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 4	Галузь знань <u>22 Охорона здоров'я</u>	Нормативна	
Модулів – 2	Спеціальність 227 «Фізична терапія, ерготерапія»	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		6-й	7-й
		Семестр	
Загальна кількість годин – 120		11-й	13-й
		Лекції	
		10 год.	4 год.
		Практичні	
		20 год.	6 год.
		Самостійна робота	
		80 год.	110 год.
		Вид контролю: іспит (денна форма), іспит (заочна форма)	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 40 самостійної роботи студента - 80	Освітній рівень: <u>магістр</u>		

Примітка: Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 1/3

для заочної форми навчання – 1/11

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетинг у сфері реабілітаційних послуг» є вивчення основних засад організації маркетингового процесу в реабілітаційних центрах та відділеннях реабілітації

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни «Маркетинг у сфері реабілітаційних послуг» є отримання студентом знань та навиків щодо аналізу ринку та сегментації клієнтів; особливостей ефективного надання реабілітаційних послуг та просування їх через різноманітні канали збуту; розробки та впровадження рекламних кампаній; створення та підтримки системи обслуговування клієнтів реабілітаційних центрів на високоякісному рівні.

1.3. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати: загальні основи маркетингу та особливості маркетингової діяльності у сфері реабілітаційних послуг

вміти: аналізувати внутрішнє та зовнішнє середовище реабілітаційної установи; адаптувати до потреб осіб з особливими потребами існуючі та створювати нові види послуг; аналізувати результати маркетингових комунікацій; розробляти та впроваджувати рекламні кампанії та кампанії з персонального продажу; організовувати процес обслуговування клієнтів і управляти його якістю на підставі постійного зворотнього зв'язку з працівниками реабілітаційної установи.

3. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Організація маркетингової діяльності реабілітаційних установ.

1. Сутність маркетингу у сфері реабілітаційних послуг.
2. Управління маркетингом у сфері реабілітаційних послуг
3. Поняття реабілітаційних послуг та їх класифікація
4. Маркетингове середовище реабілітаційного центру

Теми та короткий зміст лекцій.

Тема 1. Сутність маркетингу у сфері реабілітаційних послуг. 2 год

1. Визначення маркетингу реабілітаційних послуг. Особливості ринку реабілітаційних послуг.
2. Зв'язок маркетингу з іншими дисциплінами. Відмінність маркетингу від інших, споріднених за змістом, термінів.
3. Складові маркетингу реабілітаційних послуг.
4. Принципи, завдання та функції маркетингу реабілітаційних послуг.

Тема 2. Управління маркетингом у сфері реабілітаційних послуг. 1

год.

1. Поняття управління маркетингом. Фази управління маркетингом у сфері реабілітаційних послуг.
2. Поняття планування в маркетингу послуг. Стратегічний план реабілітаційного центру.
3. Формування маркетингової стратегії реабілітаційного центру.
4. Засоби реалізації маркетингових планів.
5. Організаційна структура реабілітаційних центрів різних форм власності.
7. Типи та стадії контролю у маркетингу послуг.
8. Поняття купівельного ризику та заходи щодо його зменшення.

Тема 3. Поняття реабілітаційних послуг та їх класифікація 1 год.

1. Поняття послуги. Загальні та специфічні характеристики реабілітаційної послуги.
2. Класифікація послуг за різними ознаками.
3. Особливості класифікації реабілітаційних послуг. Класифікація послуг з фізичної реабілітації.
4. Схема послідовності дій фізичного реабілітолога перед наданням реабілітаційної послуги.
5. Структура реабілітаційної послуги. Життєвий цикл реабілітаційної послуги.
6. Поняття «основний товар» та додаткові послуги, які надаються реабілітаційними центрами.

Тема 4. Маркетингові дослідження у сфері реабілітаційних послуг 1

год

1. Сутність та роль маркетингових досліджень у сфері реабілітаційних послуг.
2. Мета та завдання маркетингових досліджень.
3. Етапи процесу маркетингових досліджень.
4. Маркетингові дослідження у сфері реабілітаційних послуг.

Теми та короткий зміст практичних занять

Тема 1. Сутність маркетингу у сфері реабілітаційних послуг 4 год

1. визначення маркетингу послуг, його складові, зв'язок з іншими дисциплінами, відмінність від інших термінів, принципи та функції
2. Причини необхідності застосування маркетингу в діяльності реабілітаційних установ
3. Етапи прийняття рішення про придбання реабілітаційної послуги.

Тема 2. Організація маркетингової діяльності реабілітаційних установ 1 год

1. Особливості роботи персоналу реабілітаційних установ з людьми з особливими потребами та їхніми родичами.
2. Сегментація клієнтів реабілітаційних установ.
3. Досягнення необхідної поведінки споживачів реабілітаційних послуг.

Тема 3. Управління маркетингом у сфері реабілітаційних послуг» 1 год

1. Поняття планування в маркетингу послуг.
2. Стратегічний план реабілітаційного центру.
3. Формування маркетингової стратегії реабілітаційного центру.
4. Засоби реалізації маркетингових планів.
5. Організаційна структура реабілітаційних центрів різних форм власності.
6. Типи та стадії контролю у маркетингу послуг. Поняття купівельного ризику та заходи щодо його зменшення.

Тема 3. Реабілітаційна послуга 2 год

1. Поняття послуги; загальні та специфічні характеристики реабілітаційної послуги; класифікація за різними ознаками.
2. Особливості класифікації реабілітаційних послуг. Класифікація послуг з фізичної реабілітації.
3. Схема послідовності дій фізичного реабілітолога перед наданням реабілітаційної послуги.
4. Структура надання реабілітаційної послуги. Життєвий цикл реабілітаційної послуги.
5. Життєвий цикл реабілітаційної послуги. Поняття «основний товар» та додаткові послуги, які надаються реабілітаційними центрами.

Тема 4. Маркетингова інформаційна система 4 год

1. Маркетингові дослідження у сфері реабілітаційних послуг: завдання, етапи, типи.

Література:

1. Балабанова Л. В. Паблік рилейшинз : навч. посіб. / Балабанова Л. В., Савельєва К. В. – К. : Професіонал, 2008. – 528 с.
2. Векслер Е. М. Менеджмент якості : навч. посіб. / Векслер Е.М., Рифа В.М., Василевич Л.Ф. ; під заг. ред. Е. М. Векслера. – К. : Професіонал, 2008. – 320 с.
3. Герцик А. М. Організаційно-методичні аспекти підготовки бакалаврів фізичної реабілітації в Канаді : метод. посіб. / Герци А. М. – Л. : Українські технології, 2005. – 112 с.
4. Гріфін Р. Основи менеджменту : підручник / Гріфін Р., Яцура В. В. ; наук. ред. В. Яцура, Д. Олесевич. – Л. : БаК, 2001. – 624 с.
5. Ілляненко С. М. Маркетингові дослідження : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ілляненко С. М., Баскакова М. Ю. — К. : Центр навчальної літератури, 2006. — 192 с.
6. Карпов В. А. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку : навч. посіб. / Карпов В. А., Кучерко В. Р. – К. : Знання ; КОО, 2001. – 215 с.
7. Котлер Ф. Основи маркетинга : пер. с англ. / Котлер Ф. – Новосибірськ : Наука, 1992. – 733 с.
8. Крамаренко В. Т. Маркетинг / Крамаренко Т. В. – К. : ЦУЛ, 2003. – 257 с.
9. Липчук В. В. Маркетинг: теорія, методика, практика : навч. посіб. / В. В. Липчук, Р. П. Дудяк. — К. : Українські технології, 2001. — 260 с.
10. Стасюк О. М. Удосконалення управління зв'язками з громадськістю в центрах реабілітації осіб з особливими потребами : організаційно-метод. рек. / О. М. Стасюк, В. І. Франчук. – Л. : Ліга-Прес, 2008. – 74 с.
11. Уотсон Т. Методи оцінки діяльності PR-відділів компанії : найкраще практичне керівництво по плануванню, дослідженню і оцінці зв'язків з громадськістю / Том Уотсон, Пол Нобл. – Д. : Баланс Бізнес Букс, 2006. – 260 с.

Змістовий модуль 2. Маркетингова інформаційна система та політика комунікацій

1. Маркетингові дослідження у сфері реабілітаційних послуг
2. Основні засади і значення комунікацій у сфері реабілітаційних послуг
3. Комплекс маркетингових комунікацій у сфері реабілітаційних послуг
4. Якість обслуговування та чинники, які на неї впливають

Тема 5. Маркетингове середовище реабілітаційного центру 1 год

1. Сутність і структура маркетингового середовища.
2. Важливість постійного аналізу маркетингового середовища.
3. Зовнішнє маркетингове середовище (макросередовище) у сфері реабілітаційних послуг.
4. Внутрішнє середовище (мікросередовище) у сфері реабілітаційних послуг.
5. Фактори й показники маркетингового середовища.
6. Особливості поведінки споживачів на споживчому ринку. Контрольовані та неконтрольовані фактори макро- та мікросередовища.

Тема 6. Основні засади і значення комунікацій у сфері реабілітаційних послуг 1 год

1. Сутність, значення та завдання комунікацій у сфері реабілітаційних послуг.
2. Компоненти комунікацій та їх особливості у сфері реабілітаційних послуг.
3. Процес здійснення комунікацій у сфері реабілітаційних послуг.
4. Моделі та типи комунікацій.

Тема 7. Комплекс маркетингових комунікацій у сфері реабілітаційних послуг 2 год

1. Сутність маркетингових комунікацій та їхні цілі у сфері реабілітаційних послуг.
2. Елементи маркетингових комунікацій: реклама, стимулювання збуту, зв'язок з громадськістю, персональний продаж.
3. Основи управління зв'язками з громадськістю реабілітаційних установ
4. Система та теоретична модель структури маркетингових комунікацій закладів сфери реабілітаційних послуг.
5. Вимоги та рекомендації щодо налагодження маркетингових комунікацій у сфері реабілітаційних послуг.

Тема 8. Якість обслуговування та чинники, які на неї впливають 1 год

1. Важливість оцінки якості реабілітаційних послуг. Поняття якості реабілітаційної послуги.
2. Основи формування позитивного та конкурентного іміджу реабілітаційного центру та його послуг.
3. Поняття позиціонування реабілітаційної послуги та його етапи
4. Чинники, які впливають на оцінку якості реабілітаційних послуг.
5. Заходи, які сприяють підвищенню оцінки якості реабілітаційних послуг.
6. Забезпечення високоякісного обслуговування клієнтів.

Теми та короткий зміст практичних занять

Тема 5. Маркетингова інформаційна система 2 год

1. Маркетингове середовище реабілітаційного центру: зовнішнє та внутрішнє.
2. Контрольовані та неконтрольовані фактори макро- та мікросередовища.

Тема 6. Політика комунікацій 2 год

1. Значення інформації для прийняття маркетингових рішень.
2. Первинна і вторинна інформація.
3. Аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища реабілітаційної установи.
4. Процес дослідження. Неформальні та формальні методи дослідження.

Тема 3. Комплекс маркетингових комунікацій у сфері реабілітаційних послуг 4 год

1. Сутність і значення; складові, елементи, особливості у сфері реабілітаційних послуг.
2. Канали розподілу та надання інформації про реабілітаційні послуги стосовно макро- і мікросередовища.

Тема 8. Побудова взаємовідносин із споживачами реабілітаційних послуг 4 год

1. Особливості, функції та структура зв'язків з громадськістю у сфері реабілітаційних послуг
2. основи управління зв'язками з громадськістю реабілітаційних установ;

3. основи формування позитивного та конкурентного іміджу реабілітаційного центру та його послуг.

Тема 9. Якість реабілітаційних послуг 2 год

1. поняття позиціонування реабілітаційної послуги та його етапи; чинники, які впливають на оцінку якості реабілітаційних послуг;
2. напрямки підвищення оцінки якості реабілітаційних послуг;
3. вимоги до фізичного реабілітолога стосовно роботи з клієнтами;
4. головні ознаки високоякісного сервісу.

Тема 10. Ціноутворення на ринку реабілітаційних послуг 2 год

1. Поняття ціни, її види та основні функції.
2. Чинники, які впливають на ціну реабілітаційних послуг.
3. Відмінність між термінами «собівартість», «ціна» та «вартість».

Література:

1. Балабанова Л. В. Паблік рилейшинз : навч. посіб. / Балабанова Л. В., Савельєва К. В. – К. : Професіонал, 2008. – 528 с.
2. Векслер Е. М. Менеджмент якості : навч. посіб. / Векслер Е.М., Рифа В.М., Василевич Л.Ф. ; під заг. ред. Е. М. Векслера. – К. : Професіонал, 2008. – 320 с.
3. Герцик А. М. Організаційно-методичні аспекти підготовки бакалаврів фізичної реабілітації в Канаді : метод. посіб. / Герци А. М. – Л. : Українські технології, 2005. – 112 с.
4. Гріфін Р. Основи менеджменту : підручник / Гріфін Р., Яцура В. В. ; наук. ред. В. Яцура, Д. Олесевич. – Л. : БаК, 2001. – 624 с.
5. Ілляненко С. М. Маркетингові дослідження : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ілляненко С. М., Баскакова М. Ю. — К. : Центр навчальної літератури, 2006. — 192 с.
6. Карпов В. А. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку : навч. посіб. / Карпов В. А., Кучерко В. Р. – К. : Знання ; КОО, 2001. – 215 с.
7. Котлер Ф. Основи маркетинга : пер. с англ. / Котлер Ф. – Новосибірск : Наука, 1992. – 733 с.
8. Крамаренко В. Т. Маркетинг / Крамаренко Т. В. – К. : ЦУЛ, 2003. – 257 с.
9. Липчук В. В. Маркетинг: теорія, методика, практика : навч. посіб. / В. В. Липчук, Р. П. Дудяк. — К. : Українські технології, 2001. — 260 с.

10. Стасюк О. М. Удосконалення управління зв'язками з громадськістю в центрах реабілітації осіб з особливими потребами : організаційно-метод. рек. / О. М. Стасюк, В. І. Франчук. – Л. : Ліга-Прес, 2008. – 74 с.

11. Уотсон Т. Методи оцінки діяльності PR-відділів компанії : найкраще практичне керівництво по плануванню, дослідженню і оцінці зв'язків з громадськістю / Том Уотсон, Пол Нобл. – Д. : Баланс Бізнес Букс, 2006. – 260 с.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин							
	Денна форма				Заочна форма			
	Усього	у тому числі			Усього	у тому числі		
		Л	пр	с.р.		л	Пр	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Змістовий модуль 1. Організація маркетингової діяльності реабілітаційних установ								
Тема 1. Сутність маркетингу у сфері реабілітаційних послуг	4	2	2	-	4	2	-	-
Тема 2. Управління маркетингом у сфері реабілітаційних послуг	8	-	2	6	8	-	1	10
Тема 3. Поняття реабілітаційних послуг та їх класифікація	4	2	2	-	4	2	-	-
Тема 5. Маркетингові дослідження у сфері реабілітаційних послуг	10	-	2	8	10	-	1	10
<i>Разом – зм. модуль 1</i>	16	4	6	6	16	4	1	10
Змістовий модуль 2. Маркетингова інформаційна система та політика комунікацій								
Тема 5. Маркетингове середовище реабілітаційного центру	4	-	2	2	4	-	1	4
Тема 6. Основні засади і значення комунікацій у сфері реабілітаційних послуг	6	2	2	2	6	2	-	-
Тема 7. Комплекс маркетингових комунікацій у сфері реабілітаційних послуг	8	2	4	2	8	2	1	4
Тема 8. Якість	4	2	2	-	4	2	1	-

обслуговування та чинники, які на неї впливають								
Тема 9. Ціноутворення на ринку реабілітаційних послуг	6	-	2	4	6	-	1	10
<i>Разом – зм. Модуль2</i>	18	4	8	6	18	4	3	14

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість Годин
1	Сутність маркетингу у сфері реабілітаційних послуг. Розв'язування ситуаційних задач.	4
2	Управління маркетингом у сфері реабілітаційних послуг	2
3	Поняття реабілітаційних послуг та їх класифікація. Розв'язування ситуаційних задач.	4
4	Маркетингове середовище реабілітаційного центру	2
5	Маркетингові дослідження у сфері реабілітаційних послуг	2
6	Основні засади і значення комунікацій у сфері реабілітаційних послуг	4
7	Комплекс маркетингових комунікацій у сфері реабілітаційних послуг. Розв'язування ситуаційних задач.	4
8	Якість обслуговування та чинники, які на неї впливають	2
9	Ціноутворення на ринку реабілітаційних послуг	2
	Разом	30

6. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Управління маркетингом у сфері реабілітаційних послуг	10
2	Маркетингове середовище реабілітаційного центру	10
3	Маркетингові дослідження у сфері реабілітаційних послуг	8
4	Основні засади і значення комунікацій у сфері реабілітаційних послуг	2
5	Комплекс маркетингових комунікацій у сфері реабілітаційних послуг. Розв'язування ситуаційних задач.	10
6	Ціноутворення на ринку реабілітаційних послуг	5
7	Написання реферату	35
	Разом	45

7. Індивідуальні завдання

(для студентів, які навчаються за графіком сприяння)

- Матеріали самопідготовки;
- Самостійні роботи:
 - реферат “Інноваційні технології у сфері розширення ринку реабілітаційних послуг”
 - конспект самопідготовки.

8. Методи контролю

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять в усній та письмовій формах.

- Опитування.
- Перевірка завдань для самостійної роботи.
- Перевірка матеріалів самопідготовки.
- Виконання завдань практичних занять.

Підсумковий контроль – іспит (XI семестр – денна форма; XIII семестр – заочна форма навчання).

Екзаменаційні вимоги

1. Визначення (поняття) маркетингу послуг. Функції маркетингу послуг.
2. Яка відмінність маркетингу від інших, споріднених за змістом, термінів (реклама, пропаганда та ін.)?
3. Назвіть потреби клієнтів реабілітаційних центрів та етапи прийняття рішення про придбання реабілітаційної послуги.
4. В чому полягають особливості роботи персоналу реабілітаційних установ з людьми з особливими потребами та їхніми родичами?
5. Які фази управління маркетингом у сфері реабілітаційних послуг Вам відомі?
6. Які складові повинен містити стратегічний план реабілітаційного центру?
7. В чому полягають особливості організаційної структури реабілітаційних центрів різних форм власності?
8. В чому полягає контроль маркетингу у сфері реабілітаційних послуг? Його завдання і цілі. Типи та стадії контролю

9. Дайте характеристику організації служби маркетингу, яка орієнтована на реабілітаційну послугу. Переваги та недоліки організаційних служб маркетингу.

10. Поняття купівельного ризику та заходи щодо його зменшення.

11. Поняття «послуга». Загальні та специфічні характеристики реабілітаційної послуги?

12. Назвіть та опишіть класифікацію послуг за різними ознаками. Які особливості класифікації послуг з фізичної реабілітації?

13. Яка структура надання реабілітаційної послуги?

14. В чому полягає життєвий цикл реабілітаційної послуги?

15. Поясніть поняття «основний товар» та додаткові послуги, які надаються реабілітаційними центрами.

16. Назвіть та опишіть фактори проектування послуги, які впливають на загальне враження клієнта під час відвідання реабілітаційного центру.

17. Вартість реабілітаційної послуги та чинники, які на неї впливають.

18. Опишіть зовнішнє (макро) і внутрішнє (мікро) середовище реабілітаційного центру і назвіть їх контрольовані і неконтрольовані фактори.

19. Які завдання і етапи процесу маркетингових досліджень?

20. Що таке первинна і вторинна інформація?

21. Що таке неформальні та формальні методи дослідження?

22. Що таке маркетингова комунікація і які елементи маркетингових комунікацій Вам відомі?

23. Назвіть та опишіть складові маркетингових комунікацій та їх особливості у сфері реабілітаційних послуг.

24. Які канали розподілу інформації про реабілітаційні послуги стосовно макро- і мікросередовища?

25. Які способи мотивації учасників каналу розподілу інформації про реабілітаційні послуги Вам відомі?

26. Що в себе включає комунікаційна стратегія реабілітаційної установи?

27. Які складові розробки бюджету реабілітаційних установ щодо налагодження маркетингових комунікацій з громадськістю?

28. Назвіть та опишіть види реклами, сучасні рекламні засоби. Особливості засобів реклами, які доступні для неповносправних при різних нозологіях.

29. Опишіть структуру, форму та стиль рекламного звернення до клієнтів реабілітаційних установ.

30. Що таке зв'язок з громадськістю і які функції зв'язків з громадськістю у сфері реабілітаційних послуг?

31. Яка структура зв'язків з громадськістю реабілітаційних центрів?

32. В чому полягає реалізація ефективного управління зв'язками з громадськістю?

33. Що в себе включає поняття іміджу реабілітаційного центру?

34. Що в себе включає поняття позиціонування реабілітаційної послуги? Назвіть та опишіть етапи розробки стратегії позиціонування реабілітаційної послуги.

35. Поняття якості. Які чинники впливають на оцінку якості реабілітаційних послуг?

36. Назвіть та опишіть напрямки підвищення оцінки якості реабілітаційних послуг.

37. Назвіть та опишіть напрямки вдосконалення маркетингової культури у сфері реабілітаційних послуг (мотивація трудової діяльності методом маркетингової культури; мотивація до праці).

38. Які вимоги до фізичного реабілітолога стосовно роботи з клієнтами?

39. Які очікування клієнтів реабілітаційних установ та головні ознаки високоякісного сервісу?

40. Які функції ціни Вам відомі?

41. Які причини зумовлюють виникнення проблем ціноутворення на ринку реабілітаційних послуг?

42. Яка існує різниця між поняттями «собівартість», «ціна» та «вартість»?

10. Розподіл балів, які отримують студенти

Контроль засвоєння матеріалу включає поточний контроль (письмові роботи за першим і другим змістовими модулями) та захист практичних робіт:— разом за семестр 50 балів.

Поточне тестування та самостійна робота								Сума
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2				
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	
6	6	7	6	6	6	7	6	50

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
75-81	C		
68-74	D	задовільно	
61-67	E		
35-60	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

11. Методичне забезпечення

Змістовий модуль 1.

Організація маркетингової діяльності реабілітаційних установ

Теми та зміст практичних занять

Тема 1. Сутність маркетингу у сфері реабілітаційних послуг.

Визначення маркетингу послуг, його складові, зв'язок з іншими дисциплінами, відмінність від інших термінів, принципи та функції. Причини необхідності застосування маркетингу в діяльності реабілітаційних установ. Етапи прийняття рішення про придбання реабілітаційної послуги.

Тема 2. Організація маркетингової діяльності реабілітаційних установ. Особливості роботи персоналу реабілітаційних установ з людьми з особливими потребами та їхніми родичами. Сегментація клієнтів реабілітаційних установ. Досягнення необхідної поведінки споживачів реабілітаційних послуг.

Тема 3. Управління маркетингом у сфері реабілітаційних послуг. Поняття планування в маркетингу послуг. Стратегічний план реабілітаційного центру. Формування маркетингової стратегії реабілітаційного центру. Засоби реалізації маркетингових планів. Організаційна структура реабілітаційних центрів різних форм власності. Типи та стадії контролю у маркетингу послуг. Поняття купівельного ризику та заходи щодо його зменшення.

Тема 3. Реабілітаційна послуга. Поняття послуги; загальні та специфічні характеристики реабілітаційної послуги; класифікація за різними ознаками. Особливості класифікації реабілітаційних послуг. Класифікація послуг з фізичної реабілітації. Схема послідовності дій фізичного реабілітолога перед наданням реабілітаційної послуги. Структура надання реабілітаційної послуги. Життєвий цикл реабілітаційної послуги. Життєвий цикл реабілітаційної послуги. Поняття «основний товар» та додаткові послуги, які надаються реабілітаційними центрами.

Тема 4. Маркетингова інформаційна система. Маркетингові дослідження у сфері реабілітаційних послуг: завдання, етапи, типи.

Самостійна робота №1. «Інноваційні технології у сфері розширення ринку реабілітаційних послуг»

Змістовний модуль 2. Маркетингова інформаційна система та політика комунікацій

Тема 5. Маркетингова інформаційна система. Маркетингове середовище реабілітаційного центру: зовнішнє та внутрішнє. Контрольовані та неконтрольовані фактори макро- та мікросередовища.

Тема 6. Політика комунікацій. Значення інформації для прийняття маркетингових рішень. Первинна і вторинна інформація. Аналіз внутрішнього і

зовнішнього середовища реабілітаційної установи. Процес дослідження. Неформальні та формальні методи дослідження.

Тема 7. Комплекс маркетингових комунікацій у сфері реабілітаційних послуг. Сутність і значення; складові, елементи, особливості у сфері реабілітаційних послуг. Канали розподілу та надання інформації про реабілітаційні послуги стосовно макро- і мікросередовища.

Тема 8. Побудова взаємовідносин із споживачами реабілітаційних послуг. Особливості, функції та структура зв'язків з громадськістю у сфері реабілітаційних послуг. Основи управління зв'язками з громадськістю реабілітаційних установ. Основи формування позитивного та конкурентного іміджу реабілітаційного центру та його послуг.

Тема 9. Якість реабілітаційних послуг. Поняття позиціонування реабілітаційної послуги та його етапи; чинники, які впливають на оцінку якості реабілітаційних послуг. Напрямки підвищення оцінки якості реабілітаційних послуг. Вимоги до фізичного реабілітолога стосовно роботи з клієнтами. Головні ознаки високоякісного сервісу.

Тема 10. Ціноутворення на ринку реабілітаційних послуг. Поняття ціни, її види та основні функції. Чинники, які впливають на ціну реабілітаційних послуг. Відмінність між термінами «собівартість», «ціна» та «вартість».

Самостійна робота №2. Розв'язання ситуаційних задач.

12. Рекомендована література

Базова:

1. Балабанова Л. В. Паблік рилейшинз : навч. посіб. / Балабанова Л. В., Савельєва К. В. – К. : Професіонал, 2008. – 528 с.

2. Векслер Е. М. Менеджмент якості : навч. посіб. / Векслер Е.М., Рифа В.М., Василевич Л.Ф. ; під заг. ред. Е. М. Векслера. – К. : Професіонал, 2008. – 320 с.

3. Герцик А. М. Організаційно-методичні аспекти підготовки бакалаврів фізичної реабілітації в Канаді : метод. посіб. / Герци А. М. – Л. : Українські

технології, 2005. – 112 с.

4. Гріфін Р. Основи менеджменту : підручник / Гріфін Р., Яцура В. В. ; наук. ред. В. Яцура, Д. Олесневич. – Л. : БаК, 2001. – 624 с.

5. Ілляненко С. М. Маркетингові дослідження : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ілляненко С. М., Баскакова М. Ю. — К. : Центр навчальної літератури, 2006. — 192 с.

6. Карпов В. А. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку : навч. посіб. / Карпов В. А., Кучерко В. Р. – К. : Знання ; КОО, 2001. – 215 с.

7. Котлер Ф. Основи маркетинга : пер. с англ. / Котлер Ф. – Новосибірск : Наука, 1992. – 733 с.

8. Крамаренко В. Т. Маркетинг / Крамаренко Т. В. – К. : ЦУЛ, 2003. – 257 с.

9. Липчук В. В. Маркетинг: теорія, методика, практика : навч. посіб. / В. В. Липчук, Р. П. Дудяк. — К. : Українські технології, 2001. — 260 с.

10. Стасюк О. М. Удосконалення управління зв'язками з громадськістю в центрах реабілітації осіб з особливими потребами : організаційно-метод. рек. / О. М. Стасюк, В. І. Франчук. – Л. : Ліга-Прес, 2008. – 74 с.

11. Уотсон Т. Методи оцінки діяльності PR-відділів компанії : найкраще практичне керівництво по плануванню, дослідженню і оцінці зв'язків з громадськістю / Том Уотсон, Пол Нобл. – Д. : Баланс Бізнес Букс, 2006. – 260 с.

Допоміжна:

12. Основы маркетинга : пер с англ. / Филип Котлер, Гари Армстронг, Джон Сондерс, Вероника Вонг. – 2-е европ. изд. – Москва [и др.] : Вильямс, 2000. – 943 с.

13. Основы сучасного маркетингу: [навч. посіб.] / В. І. Франчук, І. Ю. Копелев, Є. М. Палига [та ін.] – Л. : Тріада плюс, 2006. – 144 с.

14. Пашук О. В. Маркетинг послуг: стратегічний підхід : навч. посіб. / Пашук О. В. – К. : Професіонал, 2005. – 560 с.

15. Прокопенко О. В. Поведінка споживачів : навч. посіб. / Прокопенко О. В. Троян М. Ю. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 176 с.

16. Belch G. Advertising and Promotion: an integrated marketing communication perspective / George E. Belch, Micael A. Belch. – 4-th ed. – New York : Irwin Mc Graw-Hill, 1998. – 789 p.

17. Lippmann W. Public Opinion / Walter Lippmann – New York : Free Press Paperbacks, 1997. – 272 p.

Інформаційні ресурси інтернет

Тищенко О.М., Заборовський Г.І. Громадське здоров'я та охорона здоров'я.: Нав.посіб. для студентів ф-ту медичних сестер з вищою освітою., 2004 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://medbib.in.ua/osnovyi-upravleniya-zdravoohraneniya.html>