

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Приволжский исследовательский медицинский университет»
Министерства здравоохранения Российской Федерации
(ФГБОУ ВО «ПИМУ» Минздрава России)



«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебной и
воспитательной работе

Е.С. Богомолова

«19» апреля 2022г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ**

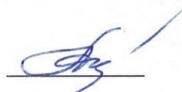
«Маркетинг»

Нижний Новгород, 2022

Дополнительная профессиональная программа профессиональной переподготовки «Маркетинг» со сроком освоения 396 академических часов разработана доцентом кафедры Общественного здоровья и здравоохранения ФДПО ФГБОУ ВО «ПИМУ» Минздрава России Абросимовой Е.Б.

Дополнительная профессиональная программа профессиональной переподготовки «Маркетинг» со сроком освоения 396 академических часов обсуждена и одобрена на заседании кафедры Экономики, менеджмента и медицинского права (протокол от «12» апреля 2022г. № 4).

Зав. кафедрой, д.м.н, доцент



Т.В. Поздеева

Настоящая программа является интеллектуальной собственностью ФГБОУ ВО «ПИМУ» Минздрава России, возможность её использования регулируется действующим законодательством Российской Федерации в области авторского права.

СОСТАВ РАБОЧЕЙ ГРУППЫ

№№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Учёная степень, звание	Занимаемая должность	Место работы
1.	Абросимова Елена Борисовна	К.т.н., доцент	Доцент кафедры ОЗЗ ФДПО, зам. начальника УМУ	ФГБОУ ВО «ПИМУ» Минздрава России
2.	Кочкурова Елена Адольфовна	К.э.н., доцент	Доцент кафедры экономики, менеджмента и медицинского права	ФГБОУ ВО «ПИМУ» Минздрава России
3.	Поздеева Татьяна Васильевна	Д.м.н., доцент	Заведующая кафедрой экономики, менеджмента и медицинского права	ФГБОУ ВО «ПИМУ» Минздрава России

Структура программы профессиональной переподготовки

I. Общие положения

Дополнительная профессиональная программа (далее ДПП) «Маркетинг» (далее – Программа) разработана в соответствии с нормами Федерального закона РФ от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», с учетом требований: приказа Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам», с изменениями, внесенными приказом Минобрнауки России от 15 ноября 2013 г. № 1244 «О внесении изменений в Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 г. № 499»; положением «О порядке реализации дополнительных профессиональных программ ФГБОУ ВО «ПИМУ» Минздрава России» (приказ 46/1/осн от 14 марта 2022г.), Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (утвержден Приказом Минобрнауки России 12 августа 2020 № 970), Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (утвержден Приказом Минобрнауки России 12 августа 2020 № 352), профессионального стандарта 08.035 «Маркетолог» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 июня 2018 года N 366н).

II. Цель профессиональной переподготовки

Целью профессиональной переподготовки слушателей по ДПП является приобретение слушателями новых профессиональных компетенций, необходимых для профессиональной деятельности в области маркетинга и маркетинговых исследований для решения стратегических, тактических и оперативных задач предприятия.

III. Планируемые результаты профессиональной переподготовки

Результатом профессиональной переподготовки слушателей по Программе является повышение уровня их профессиональных компетенций за счет приобретения знаний и умений в области маркетинга.

Слушатель, освоивший Программу, должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями:

- Способен разработать и реализовать программу маркетинговых исследований;
- Способен анализировать и сегментировать рынки, выявлять целевую аудиторию и ее потребности;
- Способен предлагать обоснованные маркетинговые решения в условиях динамичной внешней и внутренней среды организации и оценивать их последствия;
- Способен участвовать в проектной и процессной деятельности организации, в разработке стратегии ее развития и в задачах бизнес-планирования.

В результате освоения ДПП слушатель должен:

Знать:

- основы правового регулирования маркетинговой деятельности;
- основы микро- и макроэкономики, необходимые для понимания окружения и условий экономической деятельности организации;
- инструменты и технологии проведения маркетинговых исследований;
- основы управления организацией, задачи внутреннего маркетинга;
- основы проектного и процессного управления;
- основы предпринимательской деятельности и бизнес-планирования.

Уметь:

- применять знания инструментов маркетинга при решении практических задач;
- проводить анализ рыночной ситуации и анализ целевой аудитории;

- использовать методы статистического анализа и прогнозирования для разработки маркетинговых планов;
- разрабатывать бизнес-планы создания нового бизнеса в части маркетинговых задач;
- разрабатывать мероприятия по продвижению продукции или услуг.

Иметь навыки:

- расчета основных рыночных показателей;
- проведения маркетинговых исследований;
- применения аналитических инструментов маркетинга;
- разработки маркетинговых планов и стратегий.

IV. Учебный план

Объем ДПП составляет 396 академических часов.

Учебный план Программы определяет перечень, последовательность, общую трудоемкость и формы контроля знаний.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

дополнительной профессиональной программы
профессиональной переподготовки
«Маркетинг»

№ п/п	Наименование разделов и дисциплин	Трудоемкость		Учебных часов				Форма итогового контроля
				в зачетных единицах	в часах	Аудиторных	в том числе:	
		всего	лекционные занятия				семинарские/практические занятия	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Экономика (перезачет)	2	72	40	12	28	32	зачет
2	Экономика организации	1	36	20	6	14	16	экзамен
3	Менеджмент	1	36	20	6	14	16	экзамен
4	Маркетинг	1	36	20	6	14	16	экзамен
5	Правовые основы деятельности организации	1	36	20	6	14	16	экзамен
6	Маркетинговые исследования	1	36	20	6	14	16	экзамен
7	Реклама и PR в организации	1	36	20	6	14	16	экзамен
8	Стратегический маркетинг	1	36	20	6	14	16	зачет
9	Информационные технологии в маркетинге	1	36	20	6	14	16	зачет
10	Итоговая аттестация:	1	36	20	6	14	16	экзамен

подготовка и защита аттестационной работы							
Итого:	11	396	220	66	154	176	

V. Учебно-тематический план

Учебно-тематический план дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки «Маркетинг» содержит перечень дисциплин программы и наименование разделов дисциплин с расцасовкой:

№ п/п	Наименование разделов и дисциплин	Трудоемкость		Учебных часов				Форма итогового контроля
		в зачетных единицах	в часах	Аудиторных	в том числе:		Самостоятельная (внеаудиторная) работа	
					лекционные занятия	семинарские/практические занятия		
1	Экономика (перезачет)	2	72	40	12	28	32	зачет
1.1	<i>Основные экономические понятия</i>		5	1	1		4	
1.2	<i>Рыночное равновесие</i>		11	8	2	6	3	
1.3	<i>Показатели эластичности спроса и предложения</i>		10	5	1	4	5	
1.4	<i>Производство и издержки</i>		9	5	1	4	4	
1.5	<i>Прибыль</i>		9	5	1	4	4	
1.6	<i>Рыночные структуры: совершенная и несовершенная конкуренция</i>		10	6	2	4	4	
1.7	<i>Основные макроэкономические показатели</i>		10	6	2	4	4	
1.8	<i>Макроэкономическая политика государства</i>		8	4	2	2	4	
2	Экономика организации	1	36	20	6	14	16	экзамен
2.1	<i>Капитал организации</i>		14	8	2	6	6	

2.2	Издержки производства и себестоимость. Ценовая политика и ценообразование		11	6	2	4	5	
2.3	Эффективность хозяйственной деятельности организации. Финансовые результаты.		11	6	2	4	5	
3	Менеджмент	1	36	20	6	14	16	экзамен
3.1	Введение в менеджмент		2	2	2	-	2	
3.2	Функции управления		12	5	-	5	4	
3.3	Организация как объект управления		8	4	-	4	4	
3.4	Управление организационными процессами		8	5	2	3	4	
3.5	Лидерство в управлении		6	4	2	2	2	
4	Маркетинг	1	36	20	6	14	16	экзамен
4.1	Маркетинг: определение, принципы, цели, задачи и функции.		8	2	2	-	4	
4.2	Маркетинговые исследования. Сегментирование рынка.		12	8	2	6	4	
4.3	Комплекс маркетинга.		16	10	2	8	8	
5	Правовые основы деятельности организации	1	36	20	6	14	16	экзамен
5.1	Основы гражданского права РФ.		10	6	2	4	4	
5.2	Основы предпринимательского права РФ.		8	4	2	2	4	
5.3	Субъекты предпринимательства		8	4	1	3	4	

	<i>льской деятельности.</i>							
5.4	<i>Правовое регулирование предпринимательской деятельности в здравоохранении.</i>		10	6	1	5	4	
6	<i>Маркетинговые исследования</i>	1	36	20	6	14	16	экзамен
6.1	<i>Маркетинговая информационная система. Этические аспекты маркетинговых исследований. План маркетингового исследования.</i>		2	1	1	-	1	
6.2	<i>Кабинетные маркетинговые исследования</i>		9	5	1	4	4	
6.3	<i>Качественные и количественные методы маркетинговых исследований</i>		12	8	2	6	4	
6.4	<i>Разработка анкеты</i>		11	5	1	4	6	
6.5	<i>Шкалы в маркетинговых исследованиях. Объем выборки</i>		2	1	1	-	1	
7	<i>Реклама и PR в организации</i>	1	36	20	6	14	16	экзамен
7.1	<i>Рекламная деятельность в компании</i>		7	3	1	2	4	
7.2	<i>Основы организации и проведения PR - кампаний</i>		9	5	1	4	4	
7.3	<i>Контроль над реализацией PR - кампаний и оценка её эффективности</i>		10	6	2	4	4	
7.4	<i>Специфика проведения PR -</i>		10	6	2	4	4	

	кампании в Интернете							
8	Стратегический маркетинг	1	36	20	6	14	16	зачет
8.1	Основы стратегического анализа		6	4	1	3	2	
8.2	Сегментация и позиционирование		8	6	2	4	2	
8.3	Конкурентный анализ		14	6	2	4	8	
8.4	Маркетинг услуг		8	4	1	3	4	
9	Информационные технологии в маркетинге	1	36	20	6	14	16	зачет
9.1	Информационные технологии и рекламная деятельность		8	4	2	2	4	
9.2	Сетевые технологии и Интернет в рекламе и PR		14	8	2	6	6	
9.3	Оценка эффективности рекламы в Интернет		14	8	2	6	6	
10	Итоговая аттестация: подготовка и защита аттестационной работы	1	36	20	6	14	16	экзамен
	Итого:	11	396	220	66	154	176	

VI. Календарный учебный график (расписание)

Календарный учебный график представляет собой график учебного процесса, устанавливающий последовательность и продолжительность обучения и итоговой аттестации по учебным неделям и (или) дням и может быть реализован в форме расписания занятий.

VII. Рабочие программы дисциплин

Рабочая программа каждой дисциплины содержит перечень разделов и (или) тем, а также рассматриваемых в них вопросов с учетом их трудоемкости. В данном разделе приведено краткое содержание каждой из дисциплин:

№ п/п	Наименование и краткое содержание дисциплины	Объем, часов
-------	--	--------------

1.	Экономика (перезачет) Основные экономические понятия, рыночное равновесие, показатели эластичности спроса и предложения, производство и издержки, прибыль, рыночные структуры: совершенная и несовершенная конкуренция, основные макроэкономические показатели, макроэкономическая политика государства	72
2.	Экономика организации Капитал организации. Издержки производства и себестоимость. Ценовая политика и ценообразование. Эффективность хозяйственной деятельности организации. Финансовые результаты.	36
3.	Менеджмент Функции управления. Организация как объект управления. Управление организационными процессами. Лидерство в управлении	36
4.	Маркетинг Маркетинг: определение, принципы, цели, задачи и функции. Маркетинговые исследования. Сегментирование рынка. Комплекс маркетинга.	36
5.	Правовые основы деятельности организации Основы гражданского права РФ. Основы предпринимательского права РФ. Субъекты предпринимательской деятельности. Правовое регулирование предпринимательской деятельности в здравоохранении	36
6.	Маркетинговые исследования Маркетинговая информационная система. Этические аспекты маркетинговых исследований. План маркетингового исследования. Кабинетные маркетинговые исследования. Качественные и количественные методы маркетинговых исследований. Разработка анкеты. Шкалы в маркетинговых исследованиях. Объем выборки.	36
7.	Реклама и PR в организации Рекламная деятельности в компании. Основы организации и проведения PR – кампаний. Контроль над реализацией PR - кампании и оценка её эффективности. Специфика проведения PR - кампании в Интернете.	36
8.	Стратегический маркетинг Основы стратегического анализа. Сегментация и позиционирование. Конкурентный анализ. Маркетинг услуг.	36
9.	Информационные технологии в маркетинге Информационные технологии и рекламная деятельность. Виды и возможности информационных технологий в маркетинге и рекламе. Сетевые технологии и Интернет в рекламе и PR. Оценка эффективности рекламы в Интернет.	36
10.	Итоговая аттестация подготовка и защита аттестационной работы. Аттестационный работы могут выполняться как индивидуально, так и командой до 4 человек. Работы могут представлять собой проект или исследование по выбранному направлению.	36

VIII. Организационно-педагогические условия реализации Программы

Выбор методов обучения для каждого занятия определяется преподавателем с учетом того, что Программа ориентирована на частичную или полную реализацию дисциплин с применением дистанционных образовательных технологий. Возможен также смешанный формат: проведение занятий в аудитории при одновременной трансляции посредством ВКС. Обучение осуществляется строго в синхронном режиме! Дополнительно материалы занятий размещаются в системе дистанционного обучения (СДО).

Учебный процесс организуется с применением традиционных образовательных технологий и активных методов обучения.

Кадровое обеспечение реализации Программы

Реализация Программы обеспечивается научно-педагогическими кадрами ПИМУ, также для проведения занятий по практико-ориентированным дисциплинам приглашаются высококвалифицированные специалисты из числа преподавателей ведущих образовательных организаций, бизнес-практики, специалисты государственных органов, учреждений и т.п.

Материально-техническое обеспечение Программы

Материально-техническая база (помещения), обеспечивающая реализацию Программы на базе Университета, соответствует действующим санитарно-техническим нормам, а также нормам и правилам пожарной безопасности.

Перечень используемого для реализации Программы оборудования и техники (указано без ПК слушателей, количество которых зависит от числа обучающихся):

№ п/п	Наименование оборудования	Количество
1.	Проектор мультимедийный	1
2.	Ноутбук	2
3.	Принтер	1
4.	Персональный компьютер	4

Учебно-методическое и информационное обеспечение Программы:

Учебно-методическое обеспечение программы представлено литературой, имеющейся в библиотеке ПИМУ, электронными ресурсами, ресурсами открытого доступа, авторскими и иными кейсами и т.п.

Преподаватели могут рекомендовать конкретные учебно-методические источники, отсутствующие в библиотеке ПИМУ. Такие учебно-методические материалы преподаватели предоставляют слушателям в электронном виде в полнотекстовом формате.

Основная литература:

№	Наименование согласно библиографическим требованиям	Количество экземпляров
		в библиотеке
Экономика		
1	<i>Розанова, Н. М.</i> Экономика для менеджеров. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / Н. М. Розанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 234 с.	https://urait.ru/bcode/490 186
2	<i>Розанова, Н. М.</i> Экономика для менеджеров. В 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / Н. М. Розанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 192 с.	https://urait.ru/bcode/491 800
Экономика организации		
3	Экономика организации : учебник и практикум для вузов / Л. А. Чалдаева [и др.] ; под редакцией Л. А. Чалдаевой, А. В. Шарковой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 344 с	https://urait.ru/bcode/511 735

4	Экономика предприятия : учебник и практикум для вузов / А. В. Кольшшин [и др.] ; под редакцией А. В. Кольшшиной, С. А. Смирнова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 479 с.	https://urait.ru/bcode/511211
Менеджмент		
5	Одинцов, А. А. Основы менеджмента : учебное пособие для вузов / А. А. Одинцов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 210 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04814-8.	Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/453045
6	Шарапова, Т. В. Основы теории управления : учебное пособие для вузов / Т. В. Шарапова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 210 с. — (Высшее образование).	ЭБС «Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/453522
7	Медведева, Т. А. Основы теории управления : учебник и практикум для вузов / Т. А. Медведева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 191 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7025-8.	Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451400
8	Камынина, Н.Н. Менеджмент и лидерство: Учебник + 1 электрон. диск / Н. Н. Камынина, И. В. Островская, А. В. Пьяных. — М. : ГЭОТАР-Медиа, 2012. — 528 с.	1 + 1CD-Rom
Маркетинг		
9	Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6.	Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511401
10	Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165	Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511247
11	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5.	Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/512019
Правовые основы деятельности организации		
12	Анисимов, А. П. Гражданское право России. Общая часть: учебник для вузов / А. П. Анисимов, М. Ю. Козлова, А. Я. Рыженков; под общей редакцией А. Я. Рыженкова. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2023. - 435 с.	Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/510593
13	Предпринимательское право: учебник и практикум для вузов / Н. И. Косякова [и др.]; под редакцией	Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт

	Н. И. Косяковой. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2023. - 447 с.	[сайт]. URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/511045
	Маркетинговые исследования	
14	Трофимова, Е. О. Маркетинг в фармации: методология исследований фармацевтического рынка: учебное пособие для вузов / Е. О. Трофимова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 121 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12881-9.	URL : https://urait.ru/bcode/518906
	Реклама и PR в организации	
15	Бузин, В. Н. Медиапланирование [Электронный ресурс] : теория и практика : учебное пособие для вузов по специальностям "Реклама", "Маркетинг", "Психология", "Социология", "Журналистика" : рек. УМО вузов РФ / В. Н. Бузин, Т. С. Бузина. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 495 с. ISBN 978-5-238-01769-3.	http://www.iprbookshop.ru/17678
16	Есикова, И. В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний [Электронный ресурс] : практическое пособие / И. В. Есикова. - Москва : Дашков и К : Ай Пи Эр Медиа, 2016. - 125 с. ISBN 978-5-394-01653-0.	http://www.iprbookshop.ru/html
	Стратегический маркетинг	
17	Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 186 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9092-8.	URL : https://urait.ru/bcode/513383
	Информационные технологии в маркетинге	
18	Радомский, В.М. Информационные системы и технологии в изобретательской деятельности и рекламе: учебное пособие / В.М. Радомский. – Самара : Самарский государственный архитектурно-строительный университет, 2012. – 148 с. – Режим доступа: по подписке. — ISBN 978-5-9585-0483-1. – Текст : электронный.	URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=143495

Дополнительная литература:

№	Наименование согласно библиографическим требованиям	Количество экземпляров
		в библиотеке
	Экономика	
1	Коршунов, В. В. Экономическая теория (для не-экономистов) : учебник для вузов / В. В. Коршунов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 237 с.	https://urait.ru/bcode/488938
2	Ким, И. А. Основы экономической теории : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. А. Ким. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 328 с.	https://urait.ru/bcode/492359
	Экономика организации	
3	Экономика предприятия (организации) [Электронный ресурс] : учебное пособие. – Эл. изд. - Электрон. текстовые дан. (1 файл pdf: 501 с.). - Нижний Новгород: НОО "Профессиональная наука", 2018	Режим доступа http://scipro.ru/conf/enterpriseeconomy.pdf .
	Менеджмент	
4	Моргунов, Е. Б. Управление персоналом: исследование, оценка, обучение : учебник для вузов / Е. Б. Моргунов. —	Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. —

	3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 424 с. — (Высшее образование).	URL: https://urait.ru/bcode/449880
5	Шифрин, М. Б. Стратегический менеджмент : учебник для вузов / М. Б. Шифрин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 321 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03440-0. —	Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/453560
6	Полина, Н.А. Управление многопрофильным лечебно-профилактическим учреждением : Монография / Н. А. Полина. — Н. Новгород : НИМБ, 2012. — 280 с.	2
	Маркетинг	
7	Маркетинг. Практикум : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 325 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8852-9. — Текст : электронный	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510880
8	Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 495 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15426-9. — Текст : электронный	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510611
	Правовые основы деятельности организации	
9	Шаблова, Е. Г. Актуальные проблемы гражданского и предпринимательского права: учебное пособие для вузов / Е. Г. Шаблова. - Москва: Издательство Юрайт, 2020. - 93 с. Текст: электронный	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/454904
10	Шульц, В. Л. Безопасность предпринимательской деятельности : учебник для вузов / В. Л. Шульц, А. В. Юрченко, А. Д. Рудченко ; под редакцией В. Л. Шульца. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. - 585 с. Текст: электронный	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/518878
	Маркетинговые исследования	
11	Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2.	URL : https://urait.ru/bcode/510093
12	Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 570 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3225-6.	URL : https://urait.ru/bcode/488325
	Реклама и PR в организации	
13	Ким, С.А. Маркетинг : учебник / С.А. Ким. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К°, 2019. — 258 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — Библиогр.: с. 254 - 255. — ISBN 978- 5-394-03200-4. — Текст : электронный.	URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573437
14	Годин, А. А. Интернет-реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие / А. А. Годин, А. М. Годин, В. М. Комаров. - Москва: Дашков и К, 2012. - 168 с. - Доступна эл. версия. ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа: - ISBN 978-5-394-01485-71.	http://www.iprbookshop.ru/6353

	Стратегический маркетинг	
15	Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. А. Пашкус [и др.]. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00742-8.	URL : https://urait.ru/bcode/512109
	Информационные технологии в маркетинге	
16	Москалев, С.М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе : учебное пособие / С.М. Москалев ; Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2018. — 101 с.	https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=491717
17	Сирант, О.В. Работа с базами данных / О.В. Сирант, Т.А. Коваленко. — 2-е изд., испр. — Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. — 150 с.	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428978
18	Беликова, С.А. Основы HTML и CSS: проектирование и дизайн веб-сайтов: учебное пособие по курсу «Web-разработка» : [16+] / С.А. Беликова, А.Н. Беликов ; Южный федеральный университет. — Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2020. — 176 с.	https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=598663

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

Электронная справочно-правовая система «Консультант Плюс» (договор на бесплатной основе)	Нормативные документы, регламентирующие деятельность медицинских и фармацевтических учреждений	Доступ – с компьютеров научной библиотеки	Не ограничено Срок действия: Не ограничен
Национальная электронная библиотека (НЭБ) (договор на бесплатной основе)	Электронные копии изданий (в т.ч. научных и учебных) по широкому спектру знаний	Научные и учебные произведения, не переиздававшиеся последние 10 лет – в открытом доступе. Произведения, ограниченные авторским правом, – с компьютеров научной библиотеки	Не ограничено Срок действия: Не ограничен

Ресурсы открытого доступа (указаны основные):

№	Наименование электронного ресурса	Краткая характеристика (контент)	Условия доступа
1	Электронный каталог «Российская медицина» ЦНМБ Первого МГМУ им. И.М. Сеченова	Каталог включает библиографические описания на отечественные и иностранные книги, сборники трудов, материалы конференций, статьи из отечественных	http://www.scsml.rssi.ru

		журналов и сборников, диссертации, авторефераты, депонированные рукописи и т.д. Тематическая база данных охватывает все области медицины и смежные с ней (биология, биохимия, психология, фармация, ветеринария и т.д.).	
2	Федеральная электронная медицинская библиотека ЦНМБ Первого МГМУ им. И.М. Сеченова	ФЭМБ включает как полнотекстовые электронные копии печатных изданий, так и самостоятельные оригинальные электронные издания, не имеющие аналогов, зафиксированных на традиционных носителях.	http://feml.scsml.rssi.ru/feml
3	World Health Organization	Доклады, обзоры, руководства, рекомендации Всемирной организации здравоохранения	http://www.who.int/en/
4	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 25 миллионов научных статей и публикаций, в том числе электронные версии более 5500 российских научно-технических журналов, из которых более 4600 журналов в открытом доступе. Для работы в системе необходима регистрация.	http://elibrary.ru/defaultx.asp
5	Directory of open access books (DOAB)	Директория открытого доступа к полнотекстовой коллекции научных книг (свыше 10 тысяч)	http://www.doabooks.org/
6	Научная библиотека открытого доступа «КиберЛенинка»	Библиотека комплектуется полными текстами статей, публикуемых в научных журналах России и ближнего зарубежья, в том числе в журналах, включенных в перечень ВАК РФ. Электронные копии документов находятся в открытом	http://cyberleninka.ru/about

		доступе с возможностью скачивания.	
7	PubMed (Bookshelf) books	Полнотекстовая коллекция книг по медицине и биологическим наукам Национальной медицинской библиотеки США	http://www.ncbi.nlm.nih.gov/
8	Министерство здравоохранения РФ	Официальный сайт Министерства здравоохранения РФ	http://www.rosminzdrav.ru/
9	Госкомстат России	База данных статистических материалов	http://www.gks.ru/
10	Федеральная налоговая служба РФ	Официальный сайт Федеральной налоговой службы РФ	www.nalog.ru
11	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации	Официальный сайт Справочно-правовой системы по законодательству Российской Федерации	www.consultant.ru
12	РосБизнесКонсалтинг	Ресурс, предоставляющий информацию для бизнеса	http://www.rbc.ru
13	Эксперт on-line	Официальный сайт журнала «Эксперт»	http://expert.ru

Информационная поддержка:

№	Наименование электронного ресурса	Краткая характеристика (контент)	Условия доступа	Количество пользователей
Отечественные ресурсы				
1.	Федеральная электронная медицинская библиотека (ФЭМБ)	Полнотекстовые электронные копии печатных изданий и оригинальные электронные издания по медицине и биологии	Доступ любого компьютера и мобильного устройства	Не ограничено
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	Российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты научных публикаций, в том числе электронные версии российских научных журналов.	Доступ любого компьютера и мобильного устройства	Не ограничено
3.	Научная электронная библиотека открытого доступа КиберЛенинка	Полные тексты научных статей с аннотациями, публикуемые в научных журналах России и Ближнего зарубежья	Доступ любого компьютера и мобильного устройства	Не ограничено
Зарубежные ресурсы в рамках Национальной подписки				

1.	Электронная коллекция издательства Springer	Полнотекстовые научные издания (журналы, книги, статьи, научные протоколы, материалы конференций и др.) по естественно-научным, медицинским и гуманитарным наукам	Доступ – с компьютеров университета.	Не ограничено
2.	База данных периодических изданий издательства Wiley	Периодические издания издательства Wiley по естественно-научным, медицинским и гуманитарным наукам	Доступ – с компьютеров университета, с любого компьютера по индивидуальному логину и паролю	Не ограничено
3.	Электронная коллекция «Freedom» на платформе Science Direct	Книги и периодические издания издательства «Elsevier» по естественно-научным, медицинским и гуманитарным наукам	Доступ – с компьютеров университета, с любого компьютера по индивидуальному логину и паролю	Не ограничено
4.	БД Scopus	Международная реферативная база данных научного цитирования	Доступ – с компьютеров университета, с любого компьютера по индивидуальному логину и паролю	Не ограничено
5.	БД Web of Science Core Collection	Международная реферативная база данных научного цитирования	Доступ – с компьютеров университета, с любого компьютера по индивидуальному логину и паролю	Не ограничено
6.	БД Questel Orbit	Патентная база данных компании Questel	Доступ – с компьютеров университета	Не ограничено
Зарубежные ресурсы открытого доступа				
1.	PubMed	Поисковая система Национальной медицинской библиотеки США для поиска публикаций по медицине и биологии в англоязычных базах данных «Medline», «PreMedline» и файлах издательских описаний	Доступ любого компьютера и мобильного устройства	Не ограничено
2.	Directory of Open Access Journals	Директория открытого доступа к полнотекстовой коллекции периодических изданий (свыше 11 тыс. назв.)	Доступ любого компьютера и мобильного устройства	Не ограничено

3.	Directory of open access books (DOAB)	Директория открытого доступа к полнотекстовой коллекции научных книг (свыше 10 тыс.)	Доступ любого компьютера и мобильного устройства	Не ограничено
----	---------------------------------------	--	--	---------------

IX. Контроль результатов обучения

Слушатели, успешно выполнившие все элементы учебного плана, допускаются к итоговой аттестации.

Итоговая аттестация по Программе проводится в форме защиты аттестационной работы перед итоговой аттестационной комиссией, председателем которой является представитель внешней организации. Состав комиссии и ее председатель утверждаются приказом ректора.

Отдельным приказом утверждаются темы аттестационных работ и назначаются научные руководители.

Лицам, успешно освоившим Программу и прошедшим итоговую аттестацию, выдается документ о квалификации: диплом о профессиональной переподготовке.

При освоении ДПП ПП параллельно с получением высшего образования диплом о профессиональной переподготовке выдается не ранее получения соответствующего документа об образовании и о квалификации (за исключением лиц, имеющих среднее профессиональное или высшее образование).

Лицам, не прошедшим итоговую аттестацию или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, а также лицам, освоившим часть Программы и (или) отчисленным из Университета, выдается справка об обучении или о периоде обучения по образцу, самостоятельно устанавливаемому Университетом.

X. Оценочные материалы

Оценочные материалы по дисциплинам и принципы формирования итоговой оценки по дисциплине представлены непосредственно в рабочих программах дисциплин!

Основные требования к оформлению аттестационных работ слушателей программ профессиональной переподготовки, обучающихся в ФГБОУ ВО «ПИМУ» Минздрава России изложены в методических указаниях:

Абросимова, Е. Б. Требования к оформлению аттестационных работ / Е. Б. Абросимова, Н. Л. Логинова. – Нижний Новгород: ПИМУ, 2022. – 23 с. Текст: электронный.

Для оценки аттестационных работ члены итоговой аттестационной комиссии используют карту экспертной оценки защиты аттестационных работ:

Карта экспертной оценки защиты аттестационных работ
Бизнес-школа
Оценка постановки задачи, ее решения и результат

ФИО слушателя	Программа	Тема аттестационной	Руководитель аттестационной работы
№	Оцениваемый признак		Баллы
1.	АКТУАЛЬНОСТЬ ПОСТАВЛЕННОЙ ЗАДАЧИ		
	Имеет большой практический и теоретический интерес ³		2
	Носит вспомогательный характер		1
	Не актуальна		0
2.	ОБОСНОВАННОСТЬ МЕТОДОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧИ		
	Полностью обоснованы и адекватны		2
	Требуется применение дополнительных методов		1

	Излишне упрощены или усложнены	0
3.	НОВИЗНА ПОЛУЧЕННЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ	
	Получены новые теоретические и практические результаты	2
	Имеются элементы новизны	1
	Ничего нового нет	0
4.	УРОВЕНЬ РЕШЕНИЯ ПОСТАВЛЕННОЙ ЗАДАЧИ	
	Задача решена полностью	2
	Не достаточный уровень проработки решений	1
	Задача не решена	0

Оценка подготовленности и эрудированности автора и уровня проведенной защиты

№	Оцениваемый признак	Оценка
1.	<i>Профессионализм участника при обсуждении работы: четкие представления о цели исследования, полнота описания процесса решения, критическая оценка работы и полученных результатов</i>	
	Полностью соответствует	2
	Частично	1
	Нет	0
2.	<i>Качество защиты: четкость и ясность изложения, убедительность рассуждений, логика выводов и предложений</i>	
	Полностью соответствует	2
	Частично	1
	Нет	0
3.	<i>Уровень знакомства с современным состоянием проблемы: использование известных результатов и научных данных, полнота цитируемой литературы</i>	
	Полностью соответствует	2
	Частично	1
	Нет	0

Уровень представления работы

№	Оцениваемый признак	Оценка
1.	<i>Качество оформления работы : соблюдение предъявляемых требований к содержанию и оформлению работы</i>	
	Полностью соответствует	2
	Частично	1
	Нет	0
2.	<i>Уровень доклада и использованных средств иллюстрации</i>	
	Высокий	2
	Есть отдельные недочеты	1
	Доклад сумбурный и не четкий, отсутствует иллюстративный материал	0

Шкала оценок

Баллы	Оценка
18-15	Отлично
14-10	Хорошо
9-4	Удовлетворительно
3-0	Неудовлетворительно

ФИО члена аттестационной комиссии _____ / _____ /

Итоговая оценка _____

Примеры тем аттестационных работ:

- Разработка маркетингового плана открытия нового бизнеса.
- Разработка проекта открытия нового предприятия (производство, торговля, услуги) на основе исследований рынка.
- Оценка эффективности рекламной компании организации.
- Оптимизация бизнес-процессов организации на основе выявления потребностей целевой аудитории.
- Разработка и проведение маркетинговых исследований.
- Оптимизация характеристик продукта /или объема услуги на основе исследования рынка, целевой аудитории и основных конкурентов.
- Оценка маркетинговой привлекательности бизнес-ниши /бизнеса.
- Управление организацией на основе маркетинговых исследований.
- и др.