

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Стегний Кирилл Владимирович
Должность: И.о. ректора
Дата подписания: 10.09.2026 11:44:01
Уникальный программный идентификатор:
d59234ba928aea5c04c54eb9013a367220b6b2ae

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Тихоокеанский государственный медицинский университет»
Министерства здравоохранения Российской Федерации

«УТВЕРЖДАЮ»
Заведующий кафедрой

 / И.П. Черная /

23 июня 2026 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

**Дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 Инновационный маркетинг в здравоохранении
основной образовательной программы высшего образования**

Направление подготовки	32.04.01 Общественное здравоохранение (код, наименование)
Уровень подготовки	магистратура (специалитет/магистратура)
Направленность подготовки	01 Образование и наука (в сфере научных исследований)
Форма обучения	очная (очная)
Срок освоения ООП	2 г (нормативный срок обучения)
Кафедра	Социально-гуманитарных и экономических дисциплин

1. ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1.1. Фонд оценочных средств регламентирует формы, содержание, виды оценочных средств для текущего контроля, промежуточной аттестации и итоговой (государственной итоговой) аттестации, критерии оценивания дифференцированно по каждому виду оценочных средств.

1.3. Фонд оценочных средств определяет уровень формирования у обучающихся установленных в ФГОС ВО и определенных в основной образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 32.04.01 Общественное здравоохранение (магистратура), направленности 01 Образование и наука (в сфере научных исследований), в сфере профессиональной деятельности (организационно-управленческой) профессиональными (ПК-1, ПК-3, ПК-4) компетенциями.



2. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

2.1. Виды контроля и аттестации, формы оценочных средств

№ п/ п	Виды контроля	Оценочные средства
		Форма
1	Текущий контроль	Дискуссии
		Тестовые задания
2	Промежуточная аттестация	Контрольные вопросы к экзамену

3. Содержание оценочных средств для текущего контроля и промежуточной аттестации осуществляется преподавателем дисциплины

Примерные темы для дискуссий: Б1.В.ДВ.02.02 Инновационный маркетинг в здравоохранении

1 Каким образом современная бизнес-среда влияет на развитие инновационного маркетинга в здравоохранении?

2 Что вы понимаете под инновационным маркетингом? Как вы считаете, маркетинг инноваций и инновационный маркетинг - это равнозначные понятия? Как они взаимосвязаны?

3 Сравнительная характеристика основных методов исследования нового продукта. Примеры из практики региональных компаний по использованию данных методов.

4 Потребители медицинских услуг – характеристика покупателей.

5 Этапы формирования маркетинговых стратегий для медицинских услуг.

Критерии оценивания:

«Отлично» - более 80% правильных ответов

«Хорошо» - 70-79% правильных ответов

«Удовлетворительно» - 55-69% правильных ответов

«Неудовлетворительно» - менее 55% правильных ответов

Тестовый контроль

	Код	Текст компетенции / названия трудовой функции / названия трудового действия / текст
С	32.04.01	Общественное здравоохранение
К	ПК-1	Способность и готовность к осуществлению оценки факторов риска, влияющих на состояние здоровья населения, социальных детерминант для укрепления общественного здоровья и профилактики заболеваний, влияющих на потребление услуг здравоохранения
К	ПК-3	Способность и готовность к соблюдению нормативных правовых актов в сфере охраны здоровья граждан и регулирующих деятельность медицинских организаций и медицинских работников, применению основных принципов этики и деонтологии в профессиональной деятельности
К	ПК-4	Способность и готовность к эффективному использованию кадровых, финансовых, экономических, материальных и других ресурсов медицинской организации для разработки и реализации профилактических мероприятий, программ, проектов и акций по укреплению здоровья населения
Ф		
И		ДАЙТЕ ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ 1 УРОВНЯ (ОДИН ПРАВИЛЬНЫЙ ОТВЕТ)
		01 ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ОТРАЖАЮЩИЕ СУЩНОСТЬ МАРКЕТИНГА 1. нужда, потребность 2. запрос, товар 3. обмен, сделка 4. рынок 02 ВЫБЕРИТЕ НАИБОЛЕЕ ПОЛНОЕ ОПРЕДЕЛЕНИЕ МАРКЕТИНГА В ЗДРАВООХРАНЕНИИ 1. Маркетинг – система принципов, методов и мер, базирующаяся на комплексном изучении спроса потребителя и целенаправленном формировании предложения медицинских услуг производителям. 2. Маркетинг – вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей путем обмена. 3. Маркетинг – предпринимательская деятельность, которая управляет продвижением товаров и услуг от производителя к потребителю. 4. Маркетинг – комплексный процесс планирования, экономического обоснования и управления производством услуг здравоохранения, ценовой политикой в области лечебно-диагностического процесса, продвижением услуг к потребителям, а также процессом реализации 03 ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ ЭТО 1) организация полного цикла процесса продажи – от налаживания контактов с поставщиками до передачи товара конечному покупателю. 2) концепция классического маркетинга, из которой следует, что компания должна непрерывно совершенствовать свои продукты, а также формы и методы их продвижения и сбыта. 3) это комплекс мер по продвижению товаров или услуг и получению прибыли от их продажи, простыми словами — это умение продать товар или услугу с выгодой и для бизнеса, и для целевой аудитории. 4) рекламный механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям (целевую аудиторию), и показать рекламу именно ей.
		ДАЙТЕ ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ 2 УРОВНЯ (НЕСКОЛЬКО ПРАВИЛЬНЫХ ОТВЕТОВ)

	01 РОЛЬ «НЕСУЩИХ ОТРАСЛЕЙ» В ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗАКЛЮЧАЕТСЯ В 1. интенсивном использовании базисной технологии и адаптации ее к своим нуждам 2. разработке базисной технологии, используемой в различных секторах экономики 3. доминировании сиюминутных интересов производства 4. предоставлении услуг по обслуживанию инновационной продукции 02 ТАКОЙ ЭТАП ОЦЕНКИ РИСКОВ, КАК ..., ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ ВЫЯВЛЕНИЕ ВСЕХ ВОЗМОЖНЫХ УГРОЗ И ИХ ИСТОЧНИКОВ 1. оценка вероятности рисков 2. разработка рекомендаций 3. идентификация рисков 4. анализ рисков 03 ТИП ИНФОРМАЦИОННЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ, СВЯЗАННЫЙ С ПОИСКОМ НОВЫХ РЫНОЧНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ, – ЭТО ... ПОТРЕБНОСТИ 1. тактические 2. оперативные 3. стратегические 4. текущие
	ДАЙТЕ ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ 3 УРОВНЯ (ЗАДАНИЯ НА ОПРЕДЕЛЕНИЕ СООТВЕТСТВИЯ)
	01 УСТАНОВИТЕ СООТВЕТСТВИЕ МЕЖДУ ЭТАПАМИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА И ИХ КЛЮЧЕВЫМИ ЗАДАЧАМИ: 1. Генерация идеи 2. Отбор и оценка 3. Разработка прототипа 4. Тестирование на рынке А) Проведение SWOT-анализа, оценка рисков и потенциала Б) Создание MVP (минимально жизнеспособного продукта) В) Сбор обратной связи от первых пользователей, корректировка характеристик Г) Мозговой штурм, анализ трендов и потребностей рынка 02 СООТНЕСИТЕ ТИПЫ ИННОВАЦИЙ С ИХ ХАРАКТЕРИСТИКАМИ: 1. Продуктовые инновации 2. Процессные инновации 3. Организационные инновации 4. Маркетинговые инновации А) Внедрение новых методов продвижения, каналов сбыта или ценовой стратегии Б) Создание новых или значительное улучшение существующих товаров и услуг В) Изменения в способах производства, технологиях или логистике Г) Внедрение новых методов управления, бизнес-моделей или организационных структур Ответ: 1 — Б, 2 — В, 3 — Г, 4 — А.

	03 УСТАНОВИТЕ СООТВЕТСТВИЕ МЕЖДУ ФУНКЦИЯМИ ИННОВАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА И КОНКРЕТНЫМИ ВИДАМИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: 1. Аналитическая функция 2. Производственная функция 3. Сбытовая функция 4. Коммуникационная функция А) Исследование рынка, анализ конкурентов, выявление потребностей целевой аудитории Б) Создание инновационных продуктов, отвечающих требованиям рынка В) Определение каналов сбыта, логистика, работа с партнёрами Г) Информирование потребителей о новинке, формирование спроса, работа с отзывами Ответ: 1 — А, 2 — Б, 3 — В, 4 — Г.
--	---

Шкала оценивания

«Отлично» - более 80% правильных ответов на тестовые задания каждого уровня

«Хорошо» - 70-79% правильных ответов на тестовые задания каждого уровня

«Удовлетворительно» - 55-69% правильных ответов на тестовые задания каждого уровня

«Неудовлетворительно» - менее 55% правильных ответов на тестовые задания каждого уровня

Вопросы для собеседования.

	Код	Текст компетенции / названия трудовой функции / названия трудового действия / текст
С	32.04.01	Общественное здравоохранение
К	ПК-1	Способность и готовность к осуществлению оценки факторов риска, влияющих на состояние здоровья населения, социальных детерминант для укрепления общественного здоровья и профилактики заболеваний, влияющих на потребление услуг здравоохранения
К	ПК-3	Способность и готовность к соблюдению нормативных правовых актов в сфере охраны здоровья граждан и регулирующих деятельность медицинских организаций и медицинских работников, применению основных принципов этики и деонтологии в профессиональной деятельности
К	ПК-4	Способность и готовность к эффективному использованию кадровых, финансовых, экономических, материальных и других ресурсов медицинской организации для разработки и реализации профилактических мероприятий, программ, проектов и акций по укреплению здоровья населения
Ф		
И		ДАЙТЕ ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ 1. Что такое инновационный маркетинг? 2. В чем заключаются сущность и основные функции маркетинга?

		3. Какие категории включает в себя комплекс маркетинга? 4. Какие виды маркетинга выделяют в зависимости от состояния спроса? 5. Какие три основных признака рынка медицинских услуг? 6. Как происходит изучение рынка? 7. Какие основные этапы маркетингового исследования? 8. Какие существуют варианты сегментации рынка по группам пациентов? 9. Какие категории включает в себя комплекс маркетинга? 10. Что является основными концепции маркетинга? 11. Как классифицируются виды спроса на медицинские услуги? 12. Какие технологии маркетингового исследования используются в здравоохранении? 13. Какие параметры функционирования механизма рынка услуг применяются в здравоохранении? 14. В чем заключается специфика маркетинга услуг организаций здравоохранения? 15. Как производится анализ поведения потребителей медицинских услуг? 16. Из чего состоит жизненный цикл медицинской услуги? 17. Какое воздействие производит макроэкономическая среда на функционирование организаций здравоохранения? 18. Каковы особенности маркетинговая деятельность врача как менеджера здравоохранения? 19. Что относится к основным каналам продвижения медицинских услуг? 20. Как формируется спрос на медицинские услуги?

Критерии оценивания:

«Отлично» - более 80% правильных ответов

«Хорошо» - 70-79% правильных ответов

«Удовлетворительно» - 55-69% правильных ответов

«Неудовлетворительно» - менее 55% правильных ответов

4. Критерии оценивания результатов обучения

«Зачтено» выставляется обучающемуся, если он показал достаточно прочные знания основных положений учебной дисциплины, умение самостоятельно решать конкретные практические задачи, предусмотренные рабочей программой, ориентироваться в рекомендованной справочной литературе, умеет правильно оценить полученные результаты.

«Не зачтено» выставляется обучающемуся, если при ответе выявились существенные пробелы в знаниях основных положений учебной дисциплины, неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины.