

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту охорони здоров'я

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-педагогічної роботи

Едуард БУРЯЧКІВСЬКИЙ

01 вересня 2023 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Маркетинг медичних послуг»

Рівень вищої освіти: другий (магістерський)

Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність: 073 «Менеджмент»

Освітньо-професійна програма: Управління охороною здоров'я та фармацевтичним бізнесом

2023

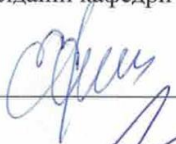
Робоча програма складена на основі освітньо-професійної програми «Управління закладами охорони здоров'я та фармацевтичним бізнесом» підготовки фахівців другого (магістерського) рівня вищої освіти зі спеціальності 073 «Менеджмент» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», ухваленою Вченою Радою ОНМедУ (протокол № 2 від 22 грудня 2022 року).

Розробники:

завідувач кафедри, к.е.н., доц. Рудінська О. В.
 професор кафедри, д.е.н., доц. Борщ В.І.
 доцент кафедри, к.е.н., доц. Кусик Н. Л.
 доцент кафедри, к.е.н., доц. Князькова В.Я.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри менеджменту охорони здоров'я
 Протокол № 1 від 28.08.2023 р.

Завідувач кафедри

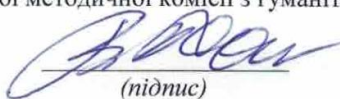
 Олена РУДІНСЬКА

Погоджено із гарантом ОПШ

 Вікторія БОРЩ

Схвалено предметною цикловою методичною комісією з гуманітарних дисциплін ОНМедУ
 Протокол № 1 від 29.08.2023 р.

Голова предметної циклової методичної комісії з гуманітарних дисциплін ОНМедУ


 (підпис)

Володимир ХАНЖИ
 (Ім'я ПРІЗВИЩЕ)

Переглянуто та затверджено на засіданні кафедри
 Протокол № 1 від "26" "08" 2024 р.

Завідувач кафедри

 Олена Рудінська
 (підпис) (Ім'я ПРІЗВИЩЕ)

Переглянуто та затверджено на засіданні кафедри
 Протокол № ___ від "___" "___" 20__ р.

Завідувач кафедри

(підпис) (Ім'я ПРІЗВИЩЕ)

1. Опис навчальної дисципліни:

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, спеціалізація, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
Загальна кількість: Кредитів: 3 Годин: 90 Змістових модулів: немає	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 073 «Менеджмент» Рівень вищої освіти другий (магістерський)	<i>Заочна / денна форма навчання</i>
		<i>Вибіркова дисципліна</i>
		<i>Рік підготовки: I</i>
		<i>Семестр: II</i>
		<i>Лекції (4 год.)</i>
		<i>Семінарські (0 год.)</i>
		<i>Практичні (6 год.)</i>
		<i>Лабораторні (0 год.)</i>
		<i>Самостійна робота (80 год.)</i>
<i>у т.ч. індивідуальні завдання (0 год.)</i>		
<i>Форма підсумкового контролю – залік</i>		

2. Мета та завдання навчальної дисципліни, компетентності, програмні результати навчання.

Мета: опанування здобувачем вищої освіти знань і формування елементів професійних компетентностей з теорії та практики маркетингу в медичних закладах.

Завдання:

- Отримання ґрунтовних знань щодо базових засад маркетингу охорони здоров'я та комплексного дослідження ринку
- Формування у здобувачів знання основ медичного страхування та його соціально економічних аспектів.
- Отримання ґрунтовних знань щодо принципів та функцій маркетингу в наданні медичних послуг.
- Формування вмінь та навичок щодо комплексного дослідження ринку медичних послуг, використання маркетингових моделей в системі охорони здоров'я.
- Формування вмінь та навичок щодо використання маркетингових стратегій в системі управління медичним закладом, технологій стратегічного планування та аналізу, методів бізнес-планування.

Процес вивчення дисципліни спрямований на формування елементів наступних компетентностей:

Загальних (ЗК):

- ЗК 3. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.
- ЗК 6. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- ЗК 9. Здатність до адаптації та прийняття обґрунтованого рішення в новій ситуації.

Спеціальних (СК):

СК 2. Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими організація визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани.

СК 3. Здатність до саморозвитку, навчання впродовж життя та ефективного само менеджменту.

СК 4. Здатність до ефективного використання та розвитку ресурсів закладу охорони здоров'я

Програмні результати навчання (ПРН):

ПРН 6. Мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність.

ПРН 14. Здійснювати моделювання та оптимізацію бізнес процесів організації (зокрема закладу охорони здоров'я та фармацевтичної установи).

ПРН 15. Забезпечувати ефективну реалізацію фінансової діяльності та вміти будувати фінансову політику організації (зокрема закладу охорони здоров'я та фармацевтичної установи).

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен:

Знати:

- основні поняття та категорії маркетингу та його конкретний практичний інструментарій;
- базові засади маркетингу охорони здоров'я та особливості медичного маркетингу в сучасній охороні здоров'я;
- специфічні особливості та принципи маркетингу у медицині;
- базові засади ціноутворення у медичних закладах;
- інструментарій комплексного вивчення ринку в системі маркетингу охорони здоров'я;
- напрями стратегічного маркетингу в охороні здоров'я та основи стратегічного аналізу.

Вміти:

- здійснювати комплексне вивчення ринку в системі маркетингу охорони здоров'я, зокрема використовувати маркетингові моделі та позиціонувати медичну послугу;
- планувати та розробляти конкурентні стратегії на ринку медичних послуг, зокрема маркетингові, на основі технологій стратегічного аналізу;
- використовувати методологію стратегічного планування діяльності медичної установи для визначення головних цілей і розробки програм їх досягнення в умовах складного динамічного зовнішньоекономічного середовища;
- зорієнтувати діяльність медичної установи на задоволення потреб та побажань отримувачів медичних послуг і одночасно - отримання прибутків

3. Зміст навчальної дисципліни

Тема 1. Основи маркетингу медичних послуг. Базові засади маркетингу охорони здоров'я.

Відповідальність провайдерів медичних послуг (медичних центрів, клінік) перед пацієнтами висока, процес надання медичних послуг та безпосереднє просування таких послуг на ринку потребує дотримання певних норм та правил.

Маркетинг медичних послуг – це система принципів, методів і заходів, що базуються на комплексному вивченні попиту споживача і цілеспрямованому формуванні пропозицій медичних послуг виробником.

Тема 2. Ринок медичних послуг: сегментація, елементи ринку. Медичний маркетинг в сучасній охороні здоров'я.

Тема 3. Комплексне вивчення ринку в системі маркетингу охорони здоров'я. Комплексне дослідження ринку. Маркетингові моделі та позиціонування медичної послуги

Маркетингові моделі допомагають зрозуміти потреби споживачів (потенційних пацієнтів), побудувати вирву продажів, виявити цільову аудиторію і перевірити (проаналізувати) стратегію.

Розглянемо найбільш ефективні маркетингові моделі та їх впровадження в практичну діяльність приватної медичної клініки: RACE, 4P- 7P та 4C, PESO, сходи Ханта, RFM, AIDA, SOSTAC.

Тема 4. Маркетингові підходи до медичного страхування та його економічні аспекти

Медичне страхування (Medical Insurance) - це форма особового страхування, що гарантує громадянам отримання медичної допомоги при настанні страхової події за рахунок нагромаджених страхових фондів.

З соціально-економічної точки зору, медичне страхування є однією з найважливіших складових національних систем охорони здоров'я. Актуальність обов'язкового медичного страхування полягає у тому, що медичне страхування є формою захисту від ризиків, що загрожують найціннішому в особистому та громадському відношенні – здоров'ю та життю людини.

Медичне страхування, як форма соціального захисту у сфері охорони здоров'я, представляє собою гарантії забезпечення медичною допомогою за будь яких обставин, у тому числі у зв'язку із хворобою та нещасним випадком.

До теперішнього часу визначаються три основні види фінансування охорони здоров'я: державне, обов'язкове та добровільне медичне страхування та змішана форма.

Тема 5. Стратегічний маркетинг медичних послуг та основи стратегічного аналізу. Маркетингова стратегія у системі управління медичним закладом та процес її розробки. Стратегічне маркетингове планування в охороні здоров'я. Управління якістю в медицині.

4. Структура навчальної дисципліни

Заочна форма навчання

Назви тем	Кількість годин					
	Усього	у тому числі				
		лекції	семінари	практичні	лабораторні	СРС
Тема 1. Основи маркетингу медичних послуг. Базові засади маркетингу охорони здоров'я	12	1	0	1	0	10
Тема 2. Ринок медичних послуг: сегментація, елементи ринку. Медичний маркетинг в сучасній охороні здоров'я	22	1	0	1	0	20
Тема 3. Комплексне дослідження ринку. Маркетингові моделі та позиціонування медичної послуги	12	1	0	1	0	10
Тема 4. Маркетингові підходи до медичного	22	2	0	1	0	20

страхування та його економічні аспекти						
Тема 5. Стратегічний маркетинг медичних послуг та основи стратегічного аналізу.	22	1	0	1	0	20
Усього годин	90	4	0	6	0	80

5. Теми лекційних / семінарських / практичних / лабораторних занять

5.1. Теми лекційних занять

№	Назва теми	Заочна форма Кількість годин
1.	Тема 1-2. Основи маркетингу медичних послуг. Базові засади маркетингу охорони здоров'я . Ринок медичних послуг: сегментація, елементи ринку. Медичний маркетинг в сучасній охороні здоров'я	1
2.	Тема 3. Комплексне дослідження ринку. Маркетингові моделі та позиціонування медичної послуги	1
3.	Тема 4. Маркетингові підходи до медичного страхування та його економічні аспекти	1
4.	Тема 5. Стратегічний маркетинг медичних послуг та основи стратегічного аналізу.	1
	Разом	4

5.2. Теми семінарських занять

Семінарські заняття не передбачені.

5.3. Теми практичних занять

№	Назва теми	Заочна форма Кількість годин
1.	Тема 1. Основи маркетингу медичних послуг. Базові засади маркетингу охорони здоров'я	1
2.	Тема 2. Ринок медичних послуг: сегментація, елементи ринку. Медичний маркетинг в сучасній охороні здоров'я	1
3.	Тема 3. Комплексне дослідження ринку. Маркетингові моделі та позиціонування медичної послуги	1
4.	Тема 4. Маркетингові підходи до медичного страхування та його економічні аспекти	1
5.	Тема 5. Стратегічний маркетинг медичних послуг та основи стратегічного аналізу.	2
	Разом	6

5.4. Теми лабораторних занять

Лабораторні заняття не передбачені.

6. Самостійна робота здобувача вищої освіти

№	Назва теми	Заочна форма Кількість годин
1.	Тема 1. Основи маркетингу медичних послуг. Базові засади маркетингу охорони здоров'я	10
2.	Тема 2. Ринок медичних послуг: сегментація, елементи ринку. Медичний маркетинг в сучасній охороні здоров'я	20
3.	Тема 3. Комплексне дослідження ринку. Маркетингові моделі та позиціонування медичної послуги	10
4.	Тема 4. Маркетингові підходи до медичного страхування та його економічні аспекти	20
5.	Тема 5. Стратегічний маркетинг медичних послуг та основи стратегічного аналізу.	20
	Разом	80

7. Методи навчання

Лекційні заняття:

- мультимедійні засоби, на яких транслюють презентації лекцій у форматі Microsoft PowerPoint
- дистанційні технології – використання хмарного додатку Teams ліцензійного пакету Microsoft Office, застосування програми для адміністрування опитування Google Forms яка входить в офісний набір Google Drive.

Практичні заняття:

- словесні методи: бесіда, пояснення, дискусія, обговорення проблемних ситуацій;
- наочні методи: ілюстрація (у тому числі мультимедійні презентації);
- практичні методи: кейс-стаді, вирішення ситуаційних завдань (в т.ч. розрахункових).

Самостійна робота:

- самостійна робота з рекомендованою основною та додатковою літературою, з електронними інформаційними ресурсами, підготовка до практичних занять;
- самостійне виконання індивідуального завдання, підготовка презентації для захисту індивідуального завдання.

8. Форми контролю та методи оцінювання (у т.ч. критерії оцінювання результатів навчання)

Поточний контроль:

- усний контроль: індивідуальне опитування за питаннями відповідної теми;
- письмовий контроль: оцінювання розв'язання ситуаційних завдань (в т.ч. розрахункових) за відповідними темами, оцінювання виконання індивідуального завдання;
- тестовий контроль: оцінювання виконання тестових завдань за темами.

Підсумковий контроль: залік.

Оцінювання поточної навчальної діяльності на практичному занятті:

Критерії поточного оцінювання на практичному занятті

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою		Оцінка за шкалою ЄКТС	
	Екзамен	Залік	Оцінка	Критерії
90 - 100	Відмінно	Зараховано	A	Теоретичний зміст курсу освоєний цілком, без прогалин, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом сформовані, усі передбачені програмою навчання навчальні завдання виконані, якість їхнього виконання оцінено числом балів, близьким до максимального
80 - 89	Добре	Зараховано	B	Теоретичний зміст курсу освоєний цілком, без прогалин, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, усі передбачені програмою навчання навчальні завдання виконані, якість виконання більшості з них оцінено числом балів, близьким до максимального
75 - 79			C	Теоретичний зміст курсу освоєний цілком, без прогалин, деякі практичні навички роботи з освоєним матеріалом сформовані недостатньо, усі передбачені програмою навчання навчальні завдання виконані, якість виконання жодного з них не оцінено мінімальним числом балів, деякі види завдань виконані з помилками
67 - 74	Задовільно	Зараховано	D	Теоретичний зміст курсу освоєний частково, але прогалини не носять істотного характеру, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, більшість передбачених програмою навчання навчальних завдань виконано, деякі з виконаних завдань, можливо, містять помилки
60 - 66			E	Теоретичний зміст курсу освоєний частково, деякі практичні навички роботи не сформовані, багато передбачених програмою навчання навчальних завдань не виконані, або якість виконання деяких з них оцінено числом балів, близьким до мініимального
35 - 59	Незадовільно	Не зараховано	FX	Теоретичний зміст курсу освоєний частково, необхідні практичні навички роботи не сформовані, більшість передбачених програм навчання навчальних завдань не виконано, або якість їхнього виконання оцінено числом балів, близьким до мініимального; при додатковій самостійній роботі над матеріалом курсу можливе підвищення якості виконання навчальних завдань (з можливістю повторного складання)
0 - 34			F	Теоретичний зміст курсу не освоєно, необхідні

				практичні навички роботи не сформовані, усі виконані навчальні завдання містять грубі помилки, додаткова самостійна робота над матеріалом курсу не приведе до якого-небудь значущого підвищення якості виконання навчальних завдань (з обов'язковим повторним курсом)
--	--	--	--	---

Самостійна робота:

- самостійна робота з рекомендованою основною та додатковою літературою, з електронними інформаційними ресурсами, підготовка до практичних занять;
- самостійне виконання індивідуального завдання, підготовка презентації для захисту індивідуального завдання.

Критерії оцінювання індивідуального завдання

Оцінка	Критерії оцінювання
Відмінно	Індивідуальне завдання та презентація виконані самостійно та оригінально, оформлення відповідає вимогам, опрацювання тематичного огляду системи ціноутворення медичної клініки повністю розроблений за пропонованою структурою; аналіз ґрунтовний та самостійний, здобувач вільно презентує матеріал; зміст презентації не перевантажений слайдами з текстовим матеріалом; здобувач формулює самостійні ґрунтовні судження, які підкріплені фактичними доказами та розрахунками, інформація на слайдах подана переважно схематично із використанням самостійно розроблених схем, малюнків, графіків, містить посилання на джерела, які відповідно оформлені та є актуальними.
Добре	Індивідуальне завдання та презентація виконані самостійно, оформлення відповідає вимогам, опрацювання тематичного огляду системи ціноутворення медичної клініки розроблене за пропонованою структурою із незначними порушеннями; аналіз самостійний, але містить незначні неточності; здобувач добре пояснює матеріал, формулює самостійні висновки; інформація у презентації подана переважно із використанням самостійно розроблених схем, малюнків, графіків, містить посилання на джерела, які відповідно оформлені та є актуальними.
Задовільно	Індивідуальне завдання та презентація виконані самостійно, оформлення відповідає вимогам із незначними порушеннями, опрацювання тематичного огляду системи ціноутворення державної (приватної) медичної клініки частково розроблений за пропонованою структурою; аналіз лише теоретичний, описовий та містить неточності; здобувач пояснює матеріал не впевнено, формулює лише загальні висновки (або взагалі не може їх сформулювати), інформація у презентації подана з посиланням на джерела, однак вони оформлені із помилками.
Незадовільно	Індивідуальне завдання не виконано. Не зараховуються індивідуальні завдання та презентації, які виконані не самостійно або запозичені з мережі Інтернет.

Залік, виставляється здобувачу, який виконав усі завдання робочої програми навчальної дисципліни, приймав активну участь у практичних заняттях, виконав індивідуальне завдання та має середню поточну оцінку не менше ніж 60,0 і не має академічної заборгованості.

Здобувачі заочної форми навчання допускаються до участі в екзаменаційній сесії, якщо вони не мають заборгованості за попередній семестр і до початку екзаменаційної сесії виконали види робіт, передбачені робочою програмою навчальної дисципліни (виконання індивідуального завдання).

Залік здійснюється: на останньому занятті до початку екзаменаційної сесії - при стрічковій системі навчання, на останньому занятті – при цикловій системі навчання. Оцінка за залік є середньоарифметичною за всіма складовими за традиційною чотирибальною шкалою і має величину, яка округлюється за методом статистики з одним десятковим знаком після коми.

9. Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Бали за навчальну дисципліну для здобувачів, які успішно опанували робочу програму навчальної дисципліни, конвертуються з традиційної чотирибальної шкали за абсолютними критеріями у бали за 200-бальною шкалою, які наведено у таблиці:

Таблиця конвертації традиційної оцінки у багатобальну шкалу

Традиційна чотирибальна оцінка	Багатобальна шкала
Відмінно («5»)	185 – 200
Добре («4»)	151 – 184
Задовільно («3»)	120 – 150
Незадовільно («2»)	Нижче 120

Багатобальна шкала (200-бальна шкала) характеризує фактичну успішність кожного здобувача із засвоєння освітньої компоненти. Конвертація традиційної оцінки в 200-бальну виконується інформаційно-технічним відділом Університету програмою «Контингент».

10. Методичне забезпечення

- Робоча програма навчальної дисципліни
- Силабус навчальної дисципліни
- Методична розробка до лекцій з навчальної дисципліни
- Методична розробка до практичних занять з навчальної дисципліни
- Методичні рекомендації до самостійної роботи здобувачів вищої освіти
- Мультимедійні презентації
- Ситуаційні завдання за темами дисципліни
- Тестові завдання за темами дисципліни

11. Питання для підготовки до підсумкового контролю

1. Сутність маркетингу. Основні поняття маркетингу. Етапи розвитку маркетингу.
2. Принципи та функції медичного маркетингу. Маркетинг і сфера медичних послуг.
3. Ринок медичних послуг і рівень доходів населення. Специфічні особливості медичного маркетингу.
4. Суб'єкти маркетингової діяльності у сфері охорони здоров'я. Фактори, що впливають на формування потреб у медичних послугах.
5. Медична послуга. Відмінність медичної послуги від інших видів послуг. Види медичних послуг.
6. Макро- і мікро- рівень маркетингових досліджень.
7. Канали руху медичних послуг від медичного закладу до споживача. Стадії життєвого циклу медичної послуги.

8. Задачі та методи комплексного дослідження ринку медичних послуг. План маркетингових досліджень.
9. Характеристика та порівняння моделей: RACE та PESO.
10. Характеристика та порівняння моделей: 4P- 7P та 4C.
11. Характеристика та порівняння моделей: сходи Ханта та SOSTAC.
12. Характеристика та порівняння моделей: RFM та AIDA.
13. Медичне страхування, його форми та економічні аспекти. Форми ОМС і ДМС: недоліки і переваги.
14. Фінансові аспекти та переваги впровадження загальнообов'язкового державного соціального медичного страхування.
15. Цілі процесу ціноутворення сучасного медичного закладу. Етапи стратегії ціноутворення.
16. Класифікація медичних послуг. Класифікаційні ознаки медичної послуги за видами, місцем надання, складністю, часом, кількістю учасників, характером економічних відносин.
17. Ціна медичної послуги: внутрішні та зовнішні чинники впливу.
18. Види цін на медичні послуги. Ціноутворення у медицині та його задачі.
19. Структура ціни медичної послуги. Статті прямих витрат в структурі ціни медичної послуги. Статті непрямих витрат в структурі ціни медичної послуги.
20. Державне регулювання ціноутворення в медицині: функції, методи, законодавча база.
21. Зміст, цілі та завдання маркетингового плану.
22. Маркетингова стратегія. Цінова стратегія підприємства.
23. Визначення цільового сегменту продукції. Визначення потреби в рекламі. Прогнозування продажів.
24. Оцінка ефективності маркетингу.
25. Зміст, цілі та завдання маркетингового плану.

12. Рекомендована література

Основна:

1. Менеджмент та маркетинг в охороні здоров'я: електронний навчально-методичний посібник / В.І. Борщ, О.В. Рудінська, Н.Л. Кусик. Одеса: ОНМедУ, 2022. (укр. та англ. мовами) <file:///C:/Users/grago/Desktop/Borchsh-ukr.pdf>
2. Основи менеджменту та маркетингу в медицині: навчальний посібник / В.Г. Шутурмінський, Н.Л. Кусик, О.В. Рудінська. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2020. 176 с. <https://repo.odmu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/12337/Kusyk.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
3. 11. Основи менеджменту і маркетингу в медицині: навчальний посібник. Єрошкіна Т.В., Татаровський О.П., Полішко Т.М., Борисенко С.С. Донецьк: РВВ ДНУ, 2012. 64 с.
4. Дмитренко Л.А., Завадська Н.П., Косяченко Н.М. Менеджмент і маркетинг у фармації: навч. посіб. Київ: Медицина, 2010. 144 с.
5. Долот В.Д., Ляховченко Л.А., Радиш Я.Ф. До проблеми визначення вартості лікування 13 пацієнта в амбулаторно-поліклінічних умовах. Економіка та держава. 2016. № 12. С. 109–123.
6. Клименко О.В. Державне регулювання медичної діяльності в Україні: генеза та тенденції розвитку: дис. ... докт. наук: 25.00.01 / Клименко Олена Вікторівна. Київ, 2016. 490 с.
7. Кусик Н.Л. Розділ 10. Реформування системи фінансування охорони здоров'я в умовах трансформації національної економіки / Трансформаційні процеси в економіці: конкурентоспроможність та інституційна база управління на різних рівнях ієрархії: монографія / за ред. Ніценка В.С. Одеса: Видавництво ТОВ «Лерадрук», 2016. 507 с.

Додаткова:

1. Борщ В.І. Сучасна парадигма державного регулювання системи управління в сфері охорони здоров'я. Public Administration and Management: modern scientific discussions: Collective monograph. Riga, Latvia: "Baltija Publishing", 2020. 300 p. Pp. 51-76. doi: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-022-3-4>.
2. Борщ В.І. Дослідження функціональної системи управління фінансовими в сфері охорони здоров'я України. Ринкова економіка: сучасна теорія та практика управління. 2020. Том 19. Вип. 2 (45). С. 144-168. DOI: [https://doi.org/10.18524/2413-9998.2020.2\(45\).201428](https://doi.org/10.18524/2413-9998.2020.2(45).201428).
3. Борщ В.І. Ринок охорони здоров'я України: аналіз сучасного стану та тенденції розвитку. Ринкова економіка: сучасна теорія та практика управління. 2020. Том 19. Вип. 1 (44). С. 140-159. DOI: [https://doi.org/10.18524/2413-9998.2020.1\(44\).198360](https://doi.org/10.18524/2413-9998.2020.1(44).198360).
4. Державна політика у сфері охорони здоров'я: колективна монографія: ч. 2 / кол. авт.; упоряд. проф. Я.Ф. Радиш; передм. та заг. ред. проф. М.М. Білінської, проф. Я.Ф. Радиша. Київ: НАДУ, 2013. 484 с.
5. Державне управління охороною здоров'я в Україні: генеза і перспективи розвитку: колективна монографія / кол. авт.; упоряд. проф. Я.Ф. Радиш, передм. Т.Д. Бахтєвої; за заг. ред. проф. М.М. Білінської, проф. Я.Ф. Радиша. Київ: НАДУ, 2013. 424 с.
6. Ждан В.М., Голованова І.А., Краснова О.І. Економіка охорони здоров'я: навчальний посібник. Полтава, 2017. 114 с.
7. Концепція МОЗ України «Концепція реформи охорони здоров'я у контексті процесів децентралізації». URL: http://trigger.in.ua/wp-content/uploads/2015/08/Health-Reform-andDecentralization_policy-note-for-RPR.docx.
8. Кусик Н.Л., Гузь Д.О., Буслаєва Г.В. Розділ 26. Індустрія охорони здоров'я: міжнародний досвід створення медичних туристичних кластерів / Інноваційна економіка: теоретичні та практичні аспекти: монографія. Випуск 4 / за ред. Л.О. Волошук, Є.І. Масленнікова. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2019. 524 с.
9. Лехан В.М., Надутий К.О., Шевченко М.В. Інструмент моніторингу модернізації галузі охорони здоров'я на рівні регіону та окремої території із застосуванням комплексної системи індикаторів. Київ, 2014. 61 с.
10. Маркетинг в стоматології: особенности, методы и советы. URL: <https://www.gd.ru/articles/9267-marketing-v-stomatologii>.
11. Марова С.Ф., Вовк С.М. Медична послуга як товар медичного ринку. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2017. № 4. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1056>.
12. Національна стратегія реформування системи охорони здоров'я в Україні на період 2015 – 2020 років. URL: <http://www.apteka.ua/article/327094>.
13. Основи менеджменту і маркетингу в медицині: навчальний посібник. Єрошкіна Т.В., Татаровський О.П., Полішко Т.М., Борисенко С.С. Донецьк: РВВ ДНУ, 2012. 64 с. URL: <http://repository.dnu.dp.ua:1100/upload/684dfManagement-KLD.PDF>.
14. Охорона здоров'я України: стан, проблеми, перспективи: спеціалізоване видання / В.В. Лазоришинець, Н.О. Лісневська, Л.Я. Ковальчук та ін. Київ, 2014. 608 с.
15. Попченко Т.П. Реформування сфери охорони здоров'я в Україні: організаційне, нормативно-правове та фінансово-економічне забезпечення: аналітична доповідь. Київ: НІСД, 2012. 96 с.
16. Рудінська О.В., Яроміч С.А. Корпоративний менеджмент: навчальний посібник. Київ: КНТ, Ельга-Н, 2008. 416 с.
17. Співак М.В. Державна політика здоров'я-збереження: світовий досвід і Україна: монографія. Київ: Ін-т держави і права ім. В.М. Корецького НАН України, 2016. 536 с.
18. Труш В. Системный маркетинг в медицине. РедМед Агентство Популярных Медицинских Изданий. 2017. 1540 с. 13.

13. Електронні інформаційні ресурси

1. Всесвітня організація охорони здоров'я. URL: www.who.int/ru/index.html.
2. Галузевий класифікатор «Довідник медичних процедур (послуг) та хірургічних операцій». URL: <http://www.garvis.com.ua/dovidnyk/hsi/help/ru.html>.
3. Державна служба статистики України: офіційний веб-сайт. URL: www.ukrstat.gov.ua.
4. Державна казначейська служба України: офіційний веб-сайт. URL: <http://www.treasury.gov.ua/main/uk/index>.
5. Державний заклад «Центр медичної статистики Міністерства охорони здоров'я України»: офіційний веб-сайт. URL: <http://medstat.gov.ua/ukr/main.html>.
6. Департаменті управління та контролю якості медичних послуг МОЗ України: офіційний веб-сайт. URL: <https://moz.gov.ua/en/struktura>.
7. Європейська база «Здоров'я для всіх». URL: <http://medstat.gov.ua/ukr/statreports.html>.
8. Європейське регіональне бюро Всесвітньої організації охорони здоров'я. URL: www.euro.who.int.
9. Класифікація видів економічної діяльності. URL: <https://kved.biz.ua>.
10. Лабораторія проблем економіки та управління в охороні здоров'я. URL: www.med122.com.
11. Медичний світ: професійна газета. URL: www.medsvit.org.
12. Медична інформаційна система: офіційний веб-сайт компанії Мед-експерт. URL: <http://medexpert.ua/ua/medichnij-zaklad/31-medichnij-zaklad/pro-ryнку-v-iznohomedychnoho-turyzmu-v-ukraini>.
13. Медико - правовий портал. URL: <http://103-law.org.ua>.
14. Міністерство охорони здоров'я України: офіційний веб-сайт. URL: <https://moz.gov.ua/>.
15. Міністерство соціальної політики України: офіційний веб-сайт. URL: <https://www.msp.gov.ua/main/Pro-ministerstvo.html>.
16. Національна служба здоров'я України: офіційний веб-сайт. URL: <https://nszu.gov.ua/pronszu>.
17. Національна академія медичних наук України. URL: www.amnu.gov.ua.
18. Охорона здоров'я. Державна служба статистики України: офіційний веб-сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/06/zb_zoz_17.xls.
19. Портал нормативних актів України та Всесвітньої медичної асоціації. URL: http://search.ligazakon.ua/search/law/npa/?s=search&idView=LZ_SUITE_NPA&beginPos=1&countBlock=10&kw2=8208915
20. Український медичний часопис: медичний журнал. URL: www.umj.com.ua.
21. Українська Медична Рада. URL: <http://www.medicalcouncilukraine.org>.
22. Global Health Expenditure Database. URL: <https://apps.who.int/nha/database/ViewData/Indicators/en>.
23. Global health security Index. URL: <https://www.ghsindex.org/about/>.
24. Guidebook on promoting good governance in public-private partnerships. United Nations Economic Commission for Europe. United Nations, 2008. URL: <https://www.unecce.org/fileadmin/DAM/ceci/publications/ppp.pdf>.
25. Health Strategy. European Commission: official web-site. URL: <https://ec.europa.eu/health/policies/background/review/strategy>.