# ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

# «ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»

НИУ ВШЭ

Институт коммуникационного менеджмента

# УТВЕРЖДАЮ

Заместитель первого проректора НИУ ВШЭ Г.В. Можаева

# УЧЕБНЫЙ ПЛАН

дополнительная профессиональная программа - программа профессиональной переподготовки

для получения дополнительной квалификации Специализированный Мастер по управлению медицинской организацией

«Специализированный Мастер по управлению медицинской организацией/ Specialized Master in Medical organizations»

Учебный год: 2024/2025

Трудоемкость программы: 30 зач. ед., 1 020 академических час. (в том числе 323 конт. час.). Форма обучения: Очно-заочная

Формат ДОП: Смешанный

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Названия учебных модулей, дисциплин** | **Трудоемкость** | **Объем контактной работы** | **Обучение с использованием ДОТ и (или) ЭО, в том числе в полном объеме (акад. ч.)** | **Самостоятельная работа (акад.ч.)** | **Форма промежуточной аттестации** |
| **в зач. ед.** | **в акад. ч.** | **всего, конт. ч** | **Аудиторная работа (акад.ч.)** | **Обучение с использованием ДОТ и (или) ЭО, в том числе в полном объеме****(акад. ч.)** |
| **всего, ауд. ч.** | **лекции** | **практические, семинарские, лабораторные****занятия** | **консультации, иные виды занятий** | **синхр.** | **асинхр.** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| **1** | **Стратегический менеджмент****медицинской организации** | **3** | **102** | **35** | **27** | **12** | **15** |  | **8** |  | **67** | **Экзамен** |
| 1.1 | Стратегический менеджмент | 1 | 34 | 11 | 9 | 4 | 5 |  | 2 |  | 23 |  |
| 1.2 | Организационное управление | 1 | 34 | 11 | 9 | 4 | 5 |  | 2 |  | 23 |  |
| 1.3 | Конфликтный менеджмент | 1 | 34 | 13 | 9 | 4 | 5 |  | 4 |  | 21 |  |
| **2** | **Технологии операционного управления медицинской****органиацией** | **5** | **170** | **42** | **27** | **14** | **13** |  | **15** |  | **128** | **Экзамен** |
| 2.1 | Управление медицинскойорганизацией | 1 | 34 | 11 | 9 | 4 | 5 |  | 2 |  | 23 |  |
| 2.2 | Проектное управление | 1 | 34 | 10 | 5 | 2 | 3 |  | 5 |  | 24 |  |
| 2.3 | Финансовое планирование | 1 | 34 | 4 | 4 | 2 | 2 |  |  |  | 30 |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2.4 | Стандарты управления рискамив медицине | 0,5 | 17 | 3 | 3 | 2 | 1 |  |  |  | 14 |  |
| 2.5 | Организационная структурамедицинской организации | 0,5 | 17 | 2 | 2 | 2 |  |  |  |  | 15 |  |
| 2.6 | Цифровая клиника | 0,5 | 17 | 7 | 2 | 2 |  |  | 5 |  | 10 |  |
| 2.7 | Управление изменениями | 0,5 | 17 | 5 | 2 |  | 2 |  | 3 |  | 12 |  |
| **3** | **Управление персоналом****клиники** | **3** | **102** | **35** | **27** | **12** | **15** |  | **8** |  | **67** | **Зачет** |
| 3.1 | Корпоративная культура | 1 | 34 | 11 | 9 | 4 | 5 |  | 2 |  | 23 |  |
| 3.2 | Подбор, наем и управлениеперсоналом | 1 | 34 | 13 | 9 | 4 | 5 |  | 4 |  | 21 |  |
| 3.3 | Эффективные переговоры | 1 | 34 | 11 | 9 | 4 | 5 |  | 2 |  | 23 |  |
| **4** | **Технологии и инструменты****медицинского маркетинга** | **5** | **170** | **58** | **27** | **14** | **13** |  | **31** |  | **112** |  |
| 4.1 | Продукт в медицине, как основа успешного продвиженияклиники | 1 | 34 | 12 | 3 | 2 | 1 |  | 9 |  | 22 |  |
| 4.2 | Основы продающего лендинга | 0,5 | 17 | 6 | 3 | 2 | 1 |  | 3 |  | 11 |  |
| 4.3 | Основы маркетинговойаналитики | 0,5 | 17 | 5 | 3 | 2 | 1 |  | 2 |  | 12 |  |
| 4.4 | Сайты | 0,5 | 17 | 6 | 3 | 2 | 1 |  | 3 |  | 11 |  |
| 4.5 | Медицинские агрегаторы | 0,5 | 17 | 8 | 2 | 2 |  |  | 6 |  | 9 |  |
| 4.6 | Нейромаркетинг и теорияпоколений | 0,5 | 17 | 3 | 3 | 1 | 2 |  |  |  | 14 |  |
| 4.7 | Имидж, репутация и бренд вмедицине | 0,5 | 17 | 4 | 4 | 2 | 2 |  |  |  | 13 |  |
| 4.8 | Продвижение через социальныесети и медицинский контент | 0,5 | 17 | 7 | 4 | 1 | 3 |  | 3 |  | 10 |  |
| 4.9 | Маркетинг на удержание пациентов. Программылояльности. Работа с базой | 0,5 | 17 | 7 | 2 |  | 2 |  | 5 |  | 10 |  |
| **5** | **Правовое регулирование оказания медицинских услуг и кадровое администрирование** | **4** | **136** | **56** | **27** | **13** | **14** |  | **29** |  | **80** | **Зачет** |
| 5.1 | Правоприменительная практика оказания медицинских услуг вРоссии | 1 | 34 | 13 | 6 | 3 | 3 |  | 7 |  | 21 |  |
| 5.2 | Налоги и льготы | 0,5 | 17 | 4 | 4 | 2 | 2 |  |  |  | 13 |  |
| 5.3 | Кадровое делопроизводство дляруководителя | 0,5 | 17 | 10 | 4 | 2 | 2 |  | 6 |  | 7 |  |
| 5.4 | Аккредитация медицинскогоперсонала клиники | 0,5 | 17 | 8 | 4 | 2 | 2 |  | 4 |  | 9 |  |
| 5.5 | Организация внутреннего контроля качества и безопасности медицинской деятельности в соответствии с требованиями Минздрава поприказу Минздрава от 31 и | 0,5 | 17 | 6 | 4 | 2 | 2 |  | 2 |  | 11 |  |
| 5.6 | Работа с медицинскойдокументацией | 1 | 34 | 15 | 5 | 2 | 3 |  | 10 |  | 19 |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **6** | **Продажи и организация работы клиники в работе со****страховыми организациями** | **5** | **170** | **39** | **27** | **15** | **12** |  | **12** |  | **131** |  |
| 6.1 | Клиника в системе ОМС | 1 | 34 | 8 | 4 | 2 | 2 |  | 4 |  | 26 |  |
| 6.2 | Стратегическое партнерство состраховой компанией | 0,5 | 17 | 3 | 3 | 2 | 1 |  |  |  | 14 |  |
| 6.3 | Ценообразование.Номенклатурный прейскурант | 1 | 34 | 11 | 11 | 6 | 5 |  |  |  | 23 |  |
| 6.4 | Организация работы отдела продаж медицинских программгодового обслуживания | 0,5 | 17 | 4 | 2 | 1 | 1 |  | 2 |  | 13 |  |
| 6.5 | Телемедицина: особенности работы врача в формате онлайнконсультирования | 1 | 34 | 8 | 2 | 1 | 1 |  | 6 |  | 26 |  |
| 6.6 | Добровольное медицинскоестрахование | 1 | 34 | 5 | 5 | 3 | 2 |  |  |  | 29 |  |
| **7** | **Современное лидерство и****эффективность руководителя** | **4** | **136** | **39** | **27** | **15** | **12** |  | **12** |  | **97** | **Зачет** |
| 7.1 | Лидерство в здравоохранении вцифровую эпоху | 1 | 34 | 13 | 9 | 4 | 5 |  | 4 |  | 21 |  |
| 7.2 | Тайм менеджмент | 0,5 | 17 | 6 | 2 | 2 |  |  | 4 |  | 11 |  |
| 7.3 | Роль руководители в достижении высокихпоказателей | 1 | 34 | 11 | 7 | 3 | 4 |  | 4 |  | 23 |  |
| 7.4 | Организация работырегистратуры | 0,5 | 17 | 4 | 4 | 2 | 2 |  |  |  | 13 |  |
| 7.5 | Коммуникации врач-пациент.Зачем это нужно клинике | 0,5 | 17 | 2 | 2 | 2 |  |  |  |  | 15 |  |
| 7.6 | Измерение и изменениепродуктивности и позитивности сотрудников | 0,5 | 17 | 3 | 3 | 2 | 1 |  |  |  | 14 |  |
|  | **ВСЕГО** | **29** | **986** | **304** | **189** | **95** | **94** |  | **115** |  | **682** |  |
| **ИА** | **Итоговая аттестация:** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1 | Подготовка и защитаквалификационной работы | 1 | 34 | 19 | 9 |  | 6 | 3 | 10 |  | 15 |  |
|  | **ИТОГО:** | **30** | **1 020** | **323** | **198** | **95** | **100** | **3** | **125** |  | **697** |  |