

Medicină preventivă

Denumirea disciplinei	Management și marketing în sănătate
Tipul	Disciplină obligatorie
Anul de studii	IV
Componenta	De specialitate
Titularul de curs	Goma Ludmila, Nicov Irina
Locația	Stefan cel Mare, 194 bl. B 4
Condiționări și exigențe prealabile de:	Cunoștințe fundamentale: Bazele teoriei economice, Bazele marketingului, Managementul general. Competențe digitale elementare (utilizarea internetului, procesarea documentelor, utilizarea redactorilor de text, tabele electronice și aplicațiilor pentru prezentări), abilităților de comunicare și lucru în echipă.
Misiunea disciplinei	Obținerea de cunoștințe teoretice și abilități practice de aplicare a cunostintelor de management și marketing din punct de vedere universal și profesional în analiza situațiilor practice și problemelor emergente în domeniul activității profesionale. Beneficiile educației în marketing nu se limitează doar la studierea cererii și ofertei de pe piața serviciilor medicale și realizarea mixului de marketing. Contribuie la formarea abilităților de comunicare medic-pacient la studenți, care este atât de necesară în practica zi de zi, oferă pe lângă cunoștințe despre marketing și posibilitatea de se afirma, a reflecta asupra propriilor capacități, a le forma aptitudini de cercetare, analiză, planificare, organizare și comunicare, cât și atitudini pozitive privind manifestarea inițiativei și poziția activă în societate.
Tematica prezentată	Managementul ca știință și obiect de studiu. Evoluția gândirii manageriale. Instituția medicală ca organizație, mediul ei intern și extern. Principii, metode, tehnici și funcțiile managementului modern. Procesul decizional în management. Planificarea strategică ca funcție managerială. Obiective, strategii și politici de funcționare a organizațiilor. Managementul schimbărilor. Managementul resurselor umane. Sistemul informațional al firmei. Comunicarea și managementul conflictului. Conceptul de marketing și noțiuni de bază, istoric, perspective. Tipuri de marketing. Piața (cererea, oferta, preț, concurență). Comportamentul consumatorului. Comunicarea prestator de servicii-consumator. Etica în relațiile cu clienții. Organizarea activității de marketing. Cercetarea de marketing. Previziunea și planificarea în marketing. Structura Planului de marketing.
Finalități de studiu	<ul style="list-style-type: none"> - Să aplice misiune, viziune, valori pentru cariera profesională în mediu de afaceri, descrie elemente ale procesului de comunicare cu subalterni și clienți. - Să dezvolte idei, soluții pentru probleme manageriale de ordin antreprenorial. - Să poată întocmi organigrama unei organizații - Să determine gradul de motivare a angajaților sferei medicale special în optometrie - Să determine algoritmul luării deciziilor și să-l utilizeze. - Să poată elabora strategii manageriale, realiza controlul rezultatelor; - Să demonstreze lista set-cheie de comportamente care contează pentru performanța organizațională, formularea strategii organizaționale și personale, descrierea matricei modului în care organizațiile se schimbă.

	<ul style="list-style-type: none"> - Să elaboreze strategii eficiente de marketing pentru fidelizarea clienților. - Să realizeze un plan de marketing specific serviciilor stomatologice.
Manopere practice achiziționate	<ul style="list-style-type: none"> • Să aprecieze importanța managementului în dezvoltarea durabilă a sistemului de sănătate și a instituției medicale. • Să asigure un suport științific de cunoștințe în domeniu la cerințele economiei de piață și formarea abilităților manageriale la viitorii specialiști. • Să formuleze scopuri și misiuni pentru diferite instituții medicale. • Să elaboreze un plan strategic pentru o organizație medicală. • Să dezvolte abilități de comunicare eficientă. • Să dezvolte abilități de organizare și planificare a activității de marketing • Să realizeze în practică lansarea unui plan de cercetare de marketing.
Forma de evaluare	Examen