

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ЗДОРОВ'Я ТА ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ
КАФЕДРА ФІЗИЧНОЇ ТЕРАПІЇ, РЕАБІЛІТАЦІЇ, СПЕЦІАЛЬНОЇ ТА
ІНКЛЮЗИВНОЇ ОСВІТИ**

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
щодо забезпечення самостійної роботи студентів
з дисципліни
**«ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ, МАРКЕТИНГУ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ
У ФІЗИЧНІЙ ТЕРАПІЇ»**
(для здобувачів вищої освіти за спеціальністю 227 «Фізична терапія,
ерготерапія» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти)

Ужгород – 2024

УДК 615.8 (076)
П64

Методичні рекомендації щодо забезпечення самостійної роботи студентів з дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та адміністрування у фізичній терапії» (для здобувачів вищої освіти за спеціальністю 227 «Фізична терапія, ерготерапія» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти). Укладач С.В. Потюк. Ужгород, ДВНЗ «Ужгородський національний університет», 2024. 55 с.

Укладач:

Потюк С.В., доктор філософії, асистент кафедри фізичної терапії, реабілітації, спеціальної та інклюзивної освіти ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Рецензент:

Філак Я.Ф. – кандидат наук з фізичного виховання і спорту, доцент, завідувач кафедри фізичної терапії, реабілітації, спеціальної та інклюзивної освіти ДВНЗ «Ужгородський національний університет».

*Рекомендовано до друку:
засіданням кафедри фізичної терапії, реабілітації,
спеціальної та інклюзивної освіти
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
(протокол № 3 від 30.09.2024 р.)
методичною комісією факультету здоров'я та фізичного виховання
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
(протокол №2 від 30.09.2024 р.)*

© Потюк С.В., 2024

ЗМІСТ

Опис навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та адміністрування у фізичній терапії»	4
Мета, завдання та очікувані результати вивчення дисципліни	5
Структура навчальної дисципліни	8
Програма навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та адміністрування у фізичній терапії»	9
Тематичний план лекційного курсу	11
Теми практичних завдань, індивідуальної та самостійної роботи здобувачів вищої освіти та завдання до них «Основи менеджменту, маркетингу та адміністрування у фізичній терапії»	15
Організація самостійної роботи	27
Тестові завдання для самоконтролю	33
Перелік тем для підготовки реферату/презентації	43
Питання до заліку з дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та адміністрування у фізичній терапії»	45
Засоби діагностики та критерії оцінювання результатів навчання	47
Рекомендовані джерела інформації.....	52

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ, МАРКЕТИНГУ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ У ФІЗИЧНІЙ ТЕРАПІЇ»

Найменування показників	Характеристика дисципліни
Найменування дисципліни	Основи менеджменту, маркетингу та адміністрування у фізичній терапії
Галузь знань	22 Охорона здоров'я
Спеціальність	227 Фізична терапія, ерготерапія
Освітня програма	Фізична терапія, ерготерапія
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський) рівень
Статус дисципліни	обов'язкова
Курс навчання	4-й курс
Загальна кількість кредитів ЄКТС/годин	3 кредити / 90 годин
Структура курсу (годин): лекції практичні заняття самостійна робота	 24 20 46
Мова викладання	українська
Форма підсумкового контролю	залік

МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

У світі відбуваються процеси глобалізації, що передбачають посилення конкуренції. Відповідно до вимог часу одним із завдань закладів вищої освіти – створення умов для формування конкурентоспроможного фахівця. Суспільству потрібні фахівці з сформованим новим управлінським мисленням, яке досягається завдяки оволодінню основ теорії та практичних навичок управління і маркетингу в сфері охорони здоров'я.

Дисципліна «Основи менеджменту, маркетингу та адміністрування у фізичній терапії» є обов'язковою компонентою освітньої програми циклу професійної підготовки. Вивчення курсу передбачено у першому семестрі четвертого курсу спеціальності 227 «Фізична терапія, ерготерапія» та базується на загальних знаннях, отриманих під час опанування фундаментальних та спеціальних дисциплін.

Предметом дисципліни є теоретичні та практичні основи менеджменту, маркетингу та адміністрування, надання послуг у сфері фізичної терапії.

Метою вивчення навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та адміністрування у фізичній терапії» є забезпечити теоретичну підготовку здобувача вищої освіти щодо сучасного менеджменту, маркетингу та адміністрування у сфері охорони здоров'я; сформувати практичні уміння і навички приймати обґрунтовані управлінські рішення, застосовувати ефективні стратегії маркетингу; розвивати на основі аналізу, синтезу, узагальнення програмового матеріалу управлінське мислення.

Завданнями вивчення дисципліни є ознайомлення здобувачів освіти з особливостями управління організаційним оточенням, яке впливає на ухвалення управлінських рішень; формування теоретичних знань про управління, практичних навичок по прийняттю управлінських рішень та виконання основних функцій менеджменту; підготовка конкурентоспроможного, кваліфікованого фахівця здатного до професійної діяльності.

Інтегральна компетентність – здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми, пов'язані з фізичною терапією та ерготерапією. Відповідно до освітньої програми, вивчення дисципліни сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти таких компетентностей:

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми 227 Фізична терапія, ерготерапія у здобувачів вищої освіти повинні бути сформовані наступні загальні

компетентності:

ЗК 01. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 03. Навички міжособистісної взаємодії.

ЗК 04. Здатність працювати в команді.

ЗК 05. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.

ЗК 08. Здатність планувати та управляти часом.

ЗК 09. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК 10. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 11. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК 12. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 13. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

ЗК 15. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

Очікувані результати навчання:

Вільно спілкується усно та письмово українською та іноземною мовами у професійному середовищі. Оперує фаховою термінологією та професійним дискурсом у сферах планування, організації та контролю управлінської роботи фізичної терапії в сучасних умовах. Дотримується ділового спілкування. Розробляє документи, у тому числі іноземною мовою (мовами), створює та реалізовує нові проекти у сфері фізичної терапії.

Застосовує сучасні цифрові технології. Здійснює пошук, аналіз і синтез інформації із вітчизняних та зарубіжних джерел, необхідних для виконання професійних завдань та прийняття професійних рішень.

Діє згідно з нормативно-правовими вимогами та нормами професійної етики в рамках проектування модельного підприємства у сфері фізичної терапії.

Здатний реалізувати індивідуальні програми фізичної терапії, ерготерапії; генерує нові ідеї для вдосконалення.

Здобувач вищої освіти добирає та застосовує ефективні маркетингові інструменти у професійній діяльності, критично аналізує достовірність одержаних результатів.

Аналізує систему маркетингових комунікацій у мультидисциплінарній команді, приймає ефективні рішення у складних і непередбачуваних умовах прогнозувати їх розвиток; визначає фактори, що впливають на досягнення поставлених цілей, аналізує і порівнює альтернативи; оцінює ризики та імовірні наслідки рішень.

Методичні рекомендації для самостійної роботи здобувачів освіти з навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та адміністрування у фізичній терапії» розроблені з урахуванням принципу академічної свободи та студентоцентрованого підходу, вимог кредитно-модульної системи організації навчального процесу.

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
	Форма навчання: денна					
	у тому числі					
	Усього	лекції	практичні (семінарські)	лабораторні	індивідуальна робота	самостійна робота
7-й семестр						
Тема 1. Менеджмент як наука, історичний розвиток у світі, і в Україні	14	4	4	-	-	6
Тема 2. Управління як процес. Заклади охорони здоров'я як об'єкт управління	10	2	2	-	-	6
Тема 3. Комунікації як процес, їх вплив на якість управлінської діяльності	8	2	2	-	-	6
Тема 4. Теоретичні основи маркетингу у сфері охорони здоров'я	12	4	2	-	-	6
Тема 5. Сутність реабілітаційних послуг та їх класифікація	12	4	2	-	-	6
Тема 6. Організація та проведення маркетингових досліджень у сфері охорони здоров'я	12	4	2	-	-	4
Тема 7. Комплекс маркетингових комунікацій у сфері реабілітаційних послуг	10	2	2	-	-	6
Тема 8. Маркетингова цінова політика. Стратегії та методи ціноутворення на ринку реабілітаційних послуг	10	2	2	-	-	6
Модульна контрольна робота	2	-	2	-	-	-
Разом за семестр	90	24	20	-	-	46

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ, МАРКЕТИНГУ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ У ФІЗИЧНІЙ ТЕРАПІЇ»

Зміст навчальної дисципліни

Модуль 1.

Тема 1. Менеджмент як наука, історичний розвиток у світі, і в Україні

Історія розвитку менеджменту. Сутність і завдання менеджменту в сфері фізичної терапії. Функції менеджменту в сфері охорони здоров'я: планування, організація, мотивація, контроль. Принципи та методи менеджменту. Рівні менеджменту. Менеджер в сфері охорони здоров'я: роль та характерні особливості.

Тема 2. Управління як процес. Заклади охорони здоров'я як об'єкт управління

Підходи до управління. Процес управління як сукупність взаємопов'язаних функцій, методів управлінських рішень та інших категорій менеджменту. Мета управлінського процесу. Суть та характерні особливості управлінських рішень. Основні вимоги до управлінських рішень. Підготовка, прийняття та реалізація управлінського рішення. Управління системою охорони здоров'я.

Тема 3. Комунікації як процес. Управління комунікаціями в організації

Сутність і значення комунікацій. Міжособистісні та організаційні комунікації. Інформаційне середовище комунікацій. Управління комунікаційними процесами. Планування, організація та проведення професійних нарад та виступів. Розвиток комунікативних навичок. Особливості комунікації менеджменту у фізичній терапії.

Тема 4. Теоретичні основи маркетингу у сфері охорони здоров'я

Визначення маркетингу реабілітаційних послуг. Процес еволюції маркетингу. Основні засади комплексного дослідження ринку послуг фізичної терапії. Зв'язок маркетингу з іншими дисциплінами. Відмінність маркетингу від інших, споріднених за змістом, термінів. Складові маркетингу сфери послуг. Принципи, завдання та функції маркетингу реабілітаційних послуг. Особливості маркетингових стратегій в системі охорони здоров'я.

Тема 5. Сутність реабілітаційних послуг та їх класифікація

Поняття послуги. Загальні та специфічні характеристики реабілітаційної послуги. Класифікація послуг за різними ознаками. Особливості класифікації реабілітаційних послуг. Класифікація послуг з фізичної реабілітації. Схема послідовності дій фізичного реабілітолога перед наданням реабілітаційної послуги. Структура реабілітаційної послуги. Життєвий цикл реабілітаційної послуги. Категорія якості наданих послуг.

Тема 6. Організація та проведення маркетингових досліджень у сфері охорони здоров'я

Маркетингові дослідження: сутність та роль у сфері реабілітаційних послуг. Цілі та завдання маркетингових досліджень. Методи маркетингових досліджень. Етапи процесу маркетингових досліджень. Класифікація маркетингових досліджень. Маркетингова інформація головний ресурс досліджень. Методика складання бізнес-плану при організації підприємницької діяльності в реабілітаційного центру. Проблеми розвитку маркетингу в державних та приватних медичних організаціях.

Тема 7. Комплекс маркетингових комунікацій у сфері реабілітаційних послуг

Сутність маркетингових комунікацій та їхні завдання у сфері реабілітаційних послуг. Елементи маркетингових комунікацій: реклама, стимулювання збуту, зв'язок з громадськістю, персональний продаж. Система та теоретична модель структури маркетингових комунікацій закладів сфери реабілітаційних послуг. Вимоги та рекомендації щодо налагодження маркетингових комунікацій у сфері реабілітаційних послуг. Оцінка ефективності маркетингової діяльності.

Тема 8. Маркетингова цінова політика. Стратегії та методи ціноутворення на ринку реабілітаційних послуг

Ціна: поняття, види, функції, класифікація і структура. Суть і значення маркетингової цінової політики. Основні підходи та стереотипи ціноутворення на ринку реабілітаційних послуг. Фактори, що впливають на формування цін на реабілітаційні послуги. Стратегії ціноутворення на ринку реабілітаційних послуг.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ЛЕКЦІЙНОГО КУРСУ

Змістовий модуль 1

Лекція 1.

Менеджмент як наука, історичний розвиток у світі, і в Україні

План лекції:

1. Сутність і завдання менеджменту в сфері фізичної терапії.
2. Історія розвитку менеджменту.
3. Функції менеджменту в сфері охорони здоров'я: планування, організація, мотивація, контроль.

Література до теми: О. 2, 6, 9; Д. 15, 19, 31; Ел. 3, 6, 8.

Лекція 2.

Менеджмент як наука, історичний розвиток у світі, і в Україні

План лекції:

1. Принципи та методи менеджменту.
2. Рівні менеджменту
3. Менеджер в охороні здоров'я: роль та характерні особливості

Література до теми: О. 2, 6, 9; Д. 15, 21, 31; Ел. 3, 6, 8.

Лекція 3.

Управління як процес.

Заклади охорони здоров'я як об'єкт управління

План лекції:

1. Процес управління як сукупність взаємопов'язаних функцій, методів управлінських рішень та інших категорій менеджменту.
2. Суть та характерні особливості управлінських рішень.
3. Підготовка, прийняття та реалізація управлінського рішення.
4. Управління системою охорони здоров'я.

Література до теми: О. 1, 2, 9, 10; Д. 2, 8, 12, 13, 14, 15, 18, 27, 31; Ел. 1, 2, 7, 8.

Лекція 4.

Комунікації як процес.

Управління комунікаціями в організації

План лекції:

1. Сутність і значення комунікацій.

2. Управління комунікаційними процесами.
 3. Планування, організація та проведення професійних нарад та виступів.
 4. Особливості комунікації менеджменту у фізичній терапії.
- Література до теми: О. 1, 7, 9, 11; Д. 1, 4, 20, 32; Ел. 3, 8.

Лекція 5.

Теоретичні основи маркетингу у сфері охорони здоров'я

План лекції:

1. Визначення маркетингу реабілітаційних послуг.
2. Процес еволюції маркетингу.
3. Зв'язок маркетингу з іншими дисциплінами.

Література до теми: О. 4, 8; Д. 10, 19. Ел. 3, 4, 5.

Лекція 6.

Теоретичні основи маркетингу у сфері охорони здоров'я

План лекції:

1. Принципи, завдання та функції маркетингу реабілітаційних послуг.
2. Складові маркетингу сфери послуг.
3. Особливості маркетингових стратегій в системі охорони здоров'я.

Література до теми: О. 4, 9; Д. 10, 19. Ел. 3, 4, 5.

Лекція 7.

Сутність реабілітаційних послуг та їх класифікація

План лекції:

1. Поняття послуги. Загальні та специфічні характеристики реабілітаційної послуги.
2. Класифікація послуг за різними ознаками.
3. Особливості класифікації реабілітаційних послуг.

Література до теми: О. 3, 4, 8; Д. 17, 18, 22, 28; Ел. 7.

Лекція 8.

Сутність реабілітаційних послуг та їх класифікація

План лекції:

1. Схема послідовності дій фізичного реабілітолога перед наданням реабілітаційної послуги.
2. Структура реабілітаційної послуги.

3. Життєвий цикл реабілітаційної послуги.

Категорія якості наданих послуг.

Література до теми: О. 3, 4, 8; Д. 17, 19, 22, 28, 33; Ел. 7.

Лекція 9.

Організація та проведення маркетингових досліджень у сфері охорони здоров'я

План лекції:

1. Маркетингові дослідження: сутність та роль у сфері реабілітаційних послуг.
2. Цілі та завдання маркетингових досліджень.
3. Методи маркетингових досліджень.
4. Етапи процесу маркетингових досліджень.

Література до теми: О. 3, 4, 8, 10; Д. 3, 6, 27; Ел. 1, 2, 3, 5.

Лекція 10.

Організація та проведення маркетингових досліджень у сфері охорони здоров'я

План лекції:

1. Класифікація маркетингових досліджень.
2. Маркетингова інформація головний ресурс досліджень.
3. Методика складання бізнес-плану при організації підприємницької діяльності в реабілітаційного центру.

Література до теми: О. 4, 5, 8, 10; Д. 3, 6, 27; Ел. 1, 2, 3, 5.

Лекція 11.

Комплекс маркетингових комунікацій у сфері реабілітаційних послуг

План лекції:

1. Сутність маркетингових комунікацій та їхні завдання у сфері реабілітаційних послуг.
2. Елементи маркетингових комунікацій: реклама, стимулювання збуту, зв'язок з громадськістю, персональний продаж.
3. Система та теоретична модель структури маркетингових комунікацій закладів сфери реабілітаційних послуг.
4. Оцінка ефективності маркетингової діяльності.

Література до теми: О. 3, 4, 8; Д. 1, 2, 3, 5, 7; Ел. 1, 2, 3, 5.

Лекція 12.

Маркетингова цінова політика.

Стратегії та методи ціноутворення на ринку реабілітаційних послуг

План лекції:

1. Ціна: поняття, види, функції, класифікація і структура.
2. Суть і значення маркетингової цінової політики.
3. Основні підходи та стереотипи ціноутворення на ринку реабілітаційних послуг.
4. Стратегії ціноутворення на ринку реабілітаційних послуг.

Література до теми: О. 3, 4, 5, 8; Д. 5, 7, 9, 17, 26; Ел. 1, 2, 3, 5.

ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАВДАНЬ, ІНДИВІДУАЛЬНОЇ ТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ТА ЗАВДАННЯ ДО НИХ «ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ, МАРКЕТИНГУ ТА АДМІНІСТУВАННЯ У ФІЗИЧНІЙ ТЕРАПІЇ»

Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
		денна
1	Тема 1. Менеджмент як наука, історичний розвиток у світі, і в Україні	4
2	Тема 2. Управління як процес. Заклади охорони здоров'я як об'єкт управління	2
3	Тема 3. Комунікації як процес. Управління комунікаціями в організації	2
4	Тема 4. Теоретичні основи маркетингу у сфері охорони здоров'я	2
5	Тема 5. Сутність реабілітаційних послуг та їх класифікація	2
6	Тема 6. Організація та проведення маркетингових досліджень у сфері охорони здоров'я	2
7	Тема 7. Комплекс маркетингових комунікацій у сфері реабілітаційних послуг	2
8	Тема 8. Маркетингова цінова політика. Стратегії та методи ціноутворення на ринку реабілітаційних послуг	2
9	Модульна контрольна робота	2
Разом		20

Практичне заняття №1-2 (4 год)

Менеджмент як наука, історичний розвиток у світі, і в Україні

Мета: розглянути історичний розвиток сучасного менеджменту, засвоїти знання щодо понятійного апарату менеджменту, розглянути рівні менеджменту як науки.

І. Розгорнуте обговорення основних положень теми та питань самостійної роботи:

1. Історичні етапи розвитку менеджменту.
2. Які завдання вирішує менеджмент в сфері фізичної терапії?
3. З'ясувати значення функції менеджменту в сфері фізичної терапії: планування, організація, мотивація, контроль.
4. Відмінність поняття «менеджмент» від традиційного поняття управління.
5. Розкрийте сутність та характеристика принципів та методів менеджменту.

6. Охарактеризуйте рівні менеджменту: інституційний, управлінський, технічний.

7. Типи менеджерів: авторитарний, демократичний, ліберальний.

II. Практичне завдання:

1. Розвиток навичок з менеджменту. Проаналізувати організацію закладу охорони здоров'я. Оберіть відому торговельну організацію, яку легко досліджувати за допомогою інформації в Інтернеті, в засобах масової інформації або можна взяти заклад, де ви були на практиці. Ознайомтеся з усіма можливими джерелами та дайте інформацію: профіль організації: охопленість працівниками, річний прибуток, види товарів та послуг; характеристику галузі: кількість конкурентів, цільовий ринок; визначте команду топ менеджменту: види діяльності, які ілюструють, як керівник залучає їх до процесів планування, організації, управління та контролю.

III. Індивідуальне тестування

Література

1. Аджиба О.Г. Ткач Г.В. Менеджер, його місце і роль в організації. *Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика*. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/25871/1/Тези.pdf>
2. Баєва О. Формування державних освітньо-кваліфікаційних вимог до підготовки фахівців з менеджменту підприємств і організацій у сфері охорони здоров'я. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*. 2009. Вип. 4. С. 231 – 238.
3. Вороніна А. В. Менеджмент: навчальний посібник. Дніпров. держ. техн. ун-т (ДДПУ). Кам'янське: ДДТУ, 2019. 352 с.
4. Електронна бібліотека підручників. URL: <http://www.infolibrary.com.ua/bookstext7303.html>
5. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Теоретичні та прикладні засади менеджменту: Навчальний посібник, 2002. 123 с.
6. Ліштаба Л.В. Формування механізму компетентності менеджерів в системі охорони здоров'я. Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 - економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Тернопільський національний економічний університет МОН України, Тернопіль, 2017.
7. Нетепчук В.В. Самоменеджмент: Навчальний посібник. Рівне. НУВГП, 2013. 354 с.
8. Панченко В. А., Галета Я. В., Червененко О. В. Основи менеджменту: навчальний посібник. Дніпро: Середняк Т. К., 2019. 451 с.
9. Радиш Я. І. Із досвіду формування професійної моделі керівника системи охорони здоров'я. *Охорона здоров'я України*. 2002. № 3/4. С. 25 –29.
10. Юринець З.В. Самоменеджмент : навч. Посібник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2014. 272 с.
11. Права людини у сфері охорони здоров'я: практичний посібник. URL: <http://medicallaw.org.ua/vydavnytstvo/praktychnyi-posibnyk-prava-liudyny-u-sferi-okhorony->

колективного генерування ідей».

Література

1. Баєва О. В. Менеджмент у галузі охорони здоров'я : навч. посіб. Київ : Центр учб. літ.; 2008. 640 с.
2. Баєва О. В. Менеджмент організацій: Мед. та фармац. менедж. К. : ДП «Вид. дім «Персонал», 2009. 336 с.
3. Вороніна А. В. Менеджмент: навчальний посібник. Дніпров. держ. техн. ун-т (ДДПУ). Кам'янське: ДДТУ, 2019. 352 с.
4. Електронна бібліотека підручників. URL: [http:// www.infolibrary.com.ua/bookstext7303.html](http://www.infolibrary.com.ua/bookstext7303.html)
5. Квасницька Р. С. Аналіз підходів до прийняття управлінських рішень. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2012. № 4 (20). С. 80 – 83.
6. Ляшенко Р.В. Основні підходи до управління в бізнесі. Молодий вчений. 2018. №12 (64). С. 296-301
7. Міністерство охорони здоров'я України. URL: <https://moz.gov.ua/>
8. Негрей М. В., Тужик К. Л. Теорія прийняття рішень: Навчальний посібник. Центр навчальної літератури, 2018. 272 с.
9. Нетепчук В.В. Самоменеджмент: Навчальний посібник. Рівне. НУВГП, 2013. 354 с.
10. Про реабілітацію у сфері охорони здоров'я : Закон України від 03.12.2020 р. № 1053-ІХ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1053-20#Text>
11. Радиш Я. Ф. Державне управління охороною здоров'я в Україні: генезис, проблеми та шляхи реформування. К.: Вид-во УАДУ, 2001. 360 с.
12. Словник-довідник для фахівців фармації з питань управління та економіки / За ред. В.П. Черних. Х., 2001; Толочко В.М., Міщенко І.В. Система основних понять теорії управління: Метод. реком. Х., 2012; Толочко В.М., Міщенко І.В., Великий Д.В. Управління фармацією: Підруч. Х., 2004; Толочко В.М., Міщенко І.В., Медведєва Ю.П. та ін. Управління на рівні окремої особистості: Метод. реком. Х., 2012.
13. Стахів О. Г., Явнюк О. І., Волощук В. В. Основи менеджменту: навчальний посібник. ІваноФранківськ, «ЛілеяНВ». 2015. 336 с.
14. Уотсон Т. Методи оцінки діяльності PR-відділів компанії : найкраще практичне керівництво по плануванню, дослідженню і оцінці зв'язків з громадськістю. Д. : Баланс Бізнес Букс, 2006. 260 с.
15. Худецький І.Ю., Антонова-Рафі Ю.В., Пономарьова Е.Е. Основи менеджменту, маркетингу та економіки в галузі охорони здоров'я: навч. посібник для студентів спеціальності 227 «Фізична терапія, ерготерапія». Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, 2022. 200 с.
16. Юринець З.В. Самоменеджмент : навч. Посібник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2014. 272 с.

Практичне заняття №4

Комунікації як процес.

Управління комунікаціями в організації

Мета: розкрити сутність і значення комунікацій, розглянути процес

комунікації, розвивати понятійно-категоріальний апарат щодо термінології менеджменту, проаналізувати та узагальнити відомості щодо ролі комунікації при управлінні організацією.

I. Розгорнуте обговорення основних положень теми та питань самостійної роботи:

1. Інформаційне середовище комунікацій.
2. Особливості комунікації менеджменту у фізичній терапії.
3. Які ролі виконують менеджери в комунікаційному процесі в організації?
4. Якими є стилі керівництва?
5. Яким чином відбувається розвиток комунікативних навичок?
6. Які види комунікацій використовуються в управлінні організаціями, їх відмінності?
7. Система комунікацій як основний інструмент сучасного менеджера.
8. Як враховуються культурні аспекти у комунікаціях в управлінні організаціями в сфері охорони здоров'я?

II. Понятійний диктант («комунікація», «комунікативні схеми», «горизонтальні комунікації», «вертикальні комунікації», «візуальна комунікація», «організація», «комунікативний процес», «сприйняття інформації», «нарада»).

III. Презентація доповідей

Література

1. Баєва О. В. Менеджмент у галузі охорони здоров'я : навч. посіб. Київ : Центр учб. літ.; 2008. 640 с.
2. Баєва О. Формування державних освітньо-кваліфікаційних вимог до підготовки фахівців з менеджменту підприємств і організацій у сфері охорони здоров'я. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*. 2009. Вип. 4. С. 231 – 238.
3. Гуторова О.О. Основи менеджменту: навчальний посібник. Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. Харків: ХНАУ, 2009. 327 с.
4. Мезенцева І. В., Павлович О. С., Ярликова В. Д. Особливості комунікації фізичного терапевта з пацієнтами при наданні реабілітаційних послуг. *Реабілітаційні та фізкультурно-рекреаційні аспекти розвитку людини*, 2022. Вип.12. С. 60 – 66
5. Моргулець О.Б. Менеджмент у сфері послуг: навчальний посібник. Центр навчальної літератури, 2019. 384 с.
6. Національна бібліотека України ім В. І. Вербицького. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
7. Скібіцька Л.І., Скібіцький О.М. Менеджмент. Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2018. с. 198–207.
8. Стахів О. Г., Явнюк О. І., Волощук В. В. Основи менеджменту: навчальний посібник. ІваноФранківськ, «ЛілеяНВ». 2015. 336 с.
9. Яцура В.В., Жук О.П. Менеджмент: навчальний посібник. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2011.

10. Kulaets, M. I., Kulaets, V. M., Kulaets, N. M., Lapkovsky, E. Y., Mykhaylyshyn, L. I. Принципи мультидисциплінарного менеджменту у фізичній терапії. *The actual problems of regional economy development*. 2020. Vol.2(16). PP.264-270.

Практичне заняття №5

Теоретичні основи маркетингу у сфері охорони здоров'я

Мета: розглянути теоретичні основи маркетингу та формувати навички щодо визначення базового понятійного апарату маркетингу в сфері охорони здоров'я.

I. Розгорнуте обговорення основних положень теми та питань самостійної роботи:

1. У чому полягає значення маркетингу?
2. Основні засади комплексного дослідження ринку послуг охорони здоров'я.
3. Чи існує зв'язок маркетингу з іншими дисциплінами? Наведіть приклади.
4. Опишіть складові маркетингу реабілітаційних послуг.
5. Охарактеризуйте принципи маркетингу реабілітаційних послуг.
6. Розкрийте завдання маркетингу та функції маркетингу реабілітаційних послуг.
7. Які фактори визначають зміст функцій маркетингу?
8. У чому полягає різниця між менеджментом та маркетингом?
9. Що передбачає маркетингова (цільова) орієнтація управління реабілітаційним закладом?

II. Виконання практичних завдань:

Ситуативна задача 1. Вперше відвідує реабілітаційний центр особа з порушенням зору. Опишіть комплекс маркетингу в послідовності від менш актуальних до найбільш його елементів для цієї особи.

Ситуативна задача 2. Потенційний клієнт реабілітаційного центру з діагнозом спастична диплегія нижніх кінцівок вперше відвідує заклад. Опишіть комплекс маркетингу в послідовності від найбільш до менш актуальних його елементів для цієї особи.

Робота в групах

Завдання 1. Проаналізувати зміст завдань маркетингу реабілітаційних послуг.

Завдання 2. Проаналізуйте діяльність Української асоціації маркетингу. Визначте, який вплив вона має на маркетингову діяльність організацій.

III. Індивідуальне тестування

Література

1. Іванечко Н., Борисова Т., Процишин Ю. Маркетинг: навч. посіб. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
2. Король С. А., Долгова Н. О. Основи менеджменту та маркетингу сфери фізичної культури і спорту. Суми : Сумський державний університет, 2024. 122 с.
3. Національна бібліотека України ім В. І. Вербицького. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
4. Національна наукова медична бібліотека України. URL: <http://www.library.gov.ua/>
5. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу. URL: www.uam.kneu.kiev.ua/.
6. Резніченко О. Г. Маркетинг та менеджмент в системі охорони здоров'я на сучасному етапі та їх перспективи. *Актуальні проблеми сучасної медицини*. 2017. №. 17, Вип. 4 (1). С. 245-248.
7. Стасюк О. М. Маркетинг у сфері реабілітаційних послуг : навч. посіб. Л. : ЛДУФК, 2012. 167 с.

Практичне заняття №6

Сутність реабілітаційних послуг та їх класифікація

Мета: засвоїти теоретичний матеріал та формувати навички визначення базового понятійного апарату в сфері реабілітаційних послуг, розвивати управлінське мислення.

I. Розгорнуте обговорення основних положень теми та питань самостійної роботи:

1. Назвіть та опишіть загальні та специфічні характеристики реабілітаційної послуги.
2. Від чого залежить особливості класифікації реабілітаційних послуг?
3. Розкрийте схему послідовності дій фізичного реабілітолога перед наданням реабілітаційної послуги.
4. Опишіть структуру реабілітаційної послуги.
5. Опишіть етапи життєвого циклу реабілітаційної послуги.
6. Назвіть умови створення іміджу реабілітаційного центру.
7. Що гальмує розвиток маркетингу у вітчизняній системі охорони здоров'я?

II. Понятійний диктант («послуга», «реабілітаційна послуга», «канал поширення реабілітаційних послуг», «маркетинг», «брендинг», «життєвий цикл реабілітаційної послуги»).

III. Практичні завдання

Робота в групах.

Завдання 1. Оцініть стан і тенденції розвитку сучасного ринку реабілітаційних послуг, який функціонує:

Група 1 – в нашій країні;

Група 2 – за кордоном.

Завдання 2. Охарактеризуйте особливості ринку послуг галузі «Охорони здоров'я» та опишіть, як ці особливості впливають на вибір критеріїв і

процедурну сторону сегментування ринку:

- а) індивідуальних споживачів;
- б) організацій споживачів реабілітаційних послуг.

Література

1. Голубков Є. П. Маркетинг для професіоналів: практичний курс : підручник і практикум для бакалаврату та магістратури. 2017. С. 358–390.
2. Полковниченко С., Шкулепіна А. Маркетингове забезпечення сфери медичних послуг. Проблеми і перспективи економіки та управління. *Галузевий аспект розвитку національного господарства*. 2019. Т. 4, № 20. С. 176–186.
3. Про реабілітацію у сфері охорони здоров'я : Закон України від 03.12.2020 р. № 1053-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1053-20#Text>
4. Резніченко О. Г. Маркетинг та менеджмент в системі охорони здоров'я на сучасному етапі та їх перспективи. *Актуальні проблеми сучасної медицини*. 2017. №. 17, Вип. 4 (1). С. 245-248.
5. Стасюк О. М. Маркетинг у сфері реабілітаційних послуг : навч. посіб. Л. : ЛДУФК, 2012. 167 с
6. Стахів О. В. Інституційне забезпечення управління системним розвитком закладів охорони здоров'я. *Scientific notes of Lviv University of Business and Law*. 2023. №. 36. С. 180-188.
7. Федоренко С., Лазарєва О., Вітомський В., Вітомська М. Основи організації центру з надання реабілітаційних послуг для осіб із порушеннями опорно-рухового апарату. *Молодіжний науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*, 2017. Вип. 28. С. 200-204.
8. Virginia Evans, Jenny Dooley, Susanne Hartley. Career Paths: Physiotherapy - Student's Book (with DigiBooks App). *Express Publishing*; 2019. 120 p.

Практичне заняття №7

Організація та проведення маркетингових досліджень у сфері охорони здоров'я

Мета: засвоїти теоретичний матеріал та формувати навички щодо визначення базового понятійного апарату організації та проведення маркетингових досліджень у сфері охорони здоров'я.

I. Розгорнуте обговорення основних положень теми та питань самостійної роботи:

1. У чому сутність та значення поняття «маркетингові дослідження»?
2. Охарактеризуйте роль маркетингових досліджень у сфері реабілітаційних послуг.
3. Назвіть цілі та завдання маркетингових досліджень.
4. Розкрийте етапи проведення маркетингових досліджень.
5. Класифікація маркетингових досліджень. Чим польові дослідження

відрізняються від кабінетних?

6. Чому маркетингова інформація головний ресурс досліджень?

7. Які проблеми розвитку маркетингу в державних та приватних медичних організаціях?

8. Опишіть процес складання бізнес-плану при організації підприємницької діяльності в реабілітаційного центру.

9. Назвіть та розкрийте особливості основних принципів здійснення маркетингових досліджень.

II. Практичні завдання

Робота в групах.

Завдання 1. Розробіть анкету для проведення опитування населення щодо споживчих переваг у сфері реабілітаційних послуг. Обґрунтуйте вибірку для такого опитування.

Завдання 2. Які причини змушують реабілітаційні центри використовувати маркетинг у своїй діяльності? Оцініть рівень і перспективи застосування можливостей маркетингу.

III. Понятійний диктант («маркетинг», «маркетингові дослідження», «анкетування», «спостереження», «пілотні маркетингові дослідження», «панельні маркетингові дослідження»)

IV. Презентація доповідей

Література

1. Ганін В. І., Ганіна Н. В., Гурова К. Д. Методологія соціально-економічного дослідження : навчальний посібник. К. : Центр навчальної літератури, 2008. 224 с.
2. Голубков Є. П. Маркетинг для професіоналів: практичний курс : підручник і практикум для бакалаврату та магістратури. 2017. С. 358–390.
3. Електронна бібліотека підручників. URL: [http:// www.infolibrary.com.ua/bookstext7303.html](http://www.infolibrary.com.ua/bookstext7303.html)
4. Іванечко Н., Борисова Т., Процишин Ю. Маркетинг: навч. посіб. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
5. Ілляненко С. М. Маркетингові дослідження : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К. : Центр навчальної літератури, 2006. 192 с.
6. Міністерство охорони здоров'я України. URL: <https://moz.gov.ua/>
7. Національна бібліотека України ім В. І. Вербицького. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
8. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу. URL: www.uam.kneu.kiev.ua/.
9. Стасюк О. М. Маркетинг у сфері реабілітаційних послуг : навч. посіб. Л. : ЛДУФК, 2012. 167 с.
10. Уотсон Т. Методи оцінки діяльності PR-відділів компанії : найкраще практичне керівництво по плануванню, дослідженню і оцінці зв'язків з громадськістю. Д. : Баланс Бізнес Букс, 2006. 260 с.
11. Худецький І.Ю., Антонова-Рафі Ю.В., Пономарьова Е.Е. Основи менеджменту, маркетингу

Практичне заняття №8
***Комплекс маркетингових комунікацій
у сфері реабілітаційних послуг***

Мета: засвоїти теоретичний матеріал та формувати навички щодо комплексу маркетингових комунікацій у сфері охорони здоров'я, виховувати культуру спілкування.

I. Розгорнуте обговорення основних положень теми та питань самостійної роботи:

1. Вимоги та рекомендації щодо налагодження маркетингових комунікацій у сфері реабілітаційних послуг.
2. Система та теоретична модель структури маркетингових комунікацій закладів сфери реабілітаційних послуг.
3. Оцінка ефективності маркетингової діяльності.
4. Методика зменшення розбіжностей між точкою зору комунікатора й підходом до аудиторії.
5. З якими основними функціями, видами і засобами реклами ви ознайомлені?
6. Розкрийте вимоги до засобу поширення, термінів дії, текстового матеріалу (звукового оформлення) реклами.
7. Реклама: позитивні та негативні риси.

II. Понятійний диктант («комунікація», «маркетингові комунікації», «маркетингова комунікаційна політика», «брендінг», «реклама», «рекламна кампанія», «соціальна реклама», «комерційна реклама», «канал комунікації»)

III. Практичні завдання

Ділова гра «Реклама». Розробіть заходи для просування реабілітаційних послуг з урахуванням сучасних технологій і засобів просування.

Робота в групах

Завдання 1. Група 1. Опрацюйте та презентуйте фільтри у процесі комунікацій реабілітаційних установ та громадськості.

Група 2. Опрацюйте та презентуйте формулу усного представлення реабілітаційної послуги.

Завдання 2. Оберіть реабілітаційний центр. Дайте розгорнуту характеристику якостей 2-3 пакетів послуг, які вона пропонує. Сформуйте задумку (ідею, цільову спрямованість) кожного з пакетів послуг організації.

Охарактеризуйте імідж реабілітаційного центру не більше, ніж у 30 словах.

IV. Презентація доповідей

Література

1. Баєва О. Формування державних освітньо-кваліфікаційних вимог до підготовки фахівців з менеджменту підприємств і організацій у сфері охорони здоров'я. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*. 2009. Вип. 4. С. 231 – 238.
2. Вороніна А. В. Менеджмент: навчальний посібник. Дніпров. держ. техн. ун-т (ДДПУ). Кам'янське: ДДТУ, 2019. 352 с.
3. Ганін В. І., Ганіна Н. В., Гурова К. Д. Методологія соціально-економічного дослідження : навчальний посібник. К. : Центр навчальної літератури, 2008. 224 с.
4. Голубков Є. П. Маркетинг для професіоналів: практичний курс : підручник і практикум для бакалаврату та магістратури. 2017. С. 358–390.
5. Долот В. Д., Лещенко В. В. Поняття менеджменту й маркетингу в системі охорони здоров'я. Держава та регіони. Сер.: Державне управління. 2014. №. 1. С. 8-13.
6. Іванечко Н., Борисова Т., Процишин Ю. Маркетинг: навч. посіб. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
7. Карпенко Н. В. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. К. : ЦУЛ, 2019. 252 с.
8. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу. URL: www.uam.kneu.kiev.ua/.
9. Стасюк О. М. Маркетинг у сфері реабілітаційних послуг : навч. посіб. Л. : ЛДУФК, 2012. 167 с.

Практичне заняття №9

Маркетингова цінова політика.

Стратегії та методи ціноутворення на ринку реабілітаційних послуг

Мета: узагальнити поняття студентів про маркетингову цінову політику; розглянути стратегії та методи ціноутворення на ринку реабілітаційних послуг.

I. Розгорнуте обговорення основних положень теми та питань самостійної роботи:

1. Дайте поняття цінової політики.
2. Охарактеризуйте види цін.
3. Фактори, що впливають на формування цін на реабілітаційні послуги.
4. Надайте характеристику цілей ціноутворення.
5. На чому будується цінова стратегія?
6. Цінові проблеми ринку реабілітаційних послуг: основні підходи та стереотипи.

II. Практичні завдання

Робота в групах

Завдання 1. Виберіть реабілітаційний центр, діяльність якого вам добре

знайома, і охарактеризуйте основні напрямки його маркетингової політики, проілюструйте їх прикладами конкретних маркетингових заходів.

Завдання 2. Опишіть детально власну модель послідовної купівельної поведінки на ринку реабілітаційних послуг. Розкрийте зміст та дайте характеристику цільових дій основних учасників прийняття рішення про покупку послуг виду діяльності.

Ситуативна задача 1. Уявіть, що ви проводите маркетингову ревізію у організації. Розробіть перелік питань, які б задали менеджеру організації з метою аналізу, наскільки в ній ефективно:

- а) виконуються маркетингові функції;
- б) реалізується комплекс маркетингу.

Ситуативна задача 2. Ви опинилися в ролі розчарованого споживача реабілітаційних послуг. Які ваші дії? Запропонуйте програму дій, націлених на мінімізацію збитків, нанесених репутації організації діями незадоволених клієнтів.

III. Презентація доповідей

Література

1. Голубков Є. П. Маркетинг для професіоналів: практичний курс : підручник і практикум для бакалаврату та магістратури. 2017. С. 358–390.
2. Долот В. Д., Лещенко В. В. Поняття менеджменту й маркетингу в системі охорони здоров'я. Держава та регіони. Сер.: Державне управління. 2014. №. 1. С. 8-13.
3. Карпенко Н. В. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. К. : ЦУЛ, 2019. 252 с.
4. Котлер Ф., Катарджая Г., Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. К. : КМ-БУКС, 2019. 224 с.
5. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу. URL: www.uam.kneu.kiev.ua/.
6. Полковниченко С., Шкулепіна А. Маркетингове забезпечення сфери медичних послуг. Проблеми і перспективи економіки та управління. *Галузевий аспект розвитку національного господарства*. 2019. Т. 4, № 20. С. 176–186.
7. Стасюк О. М. Маркетинг у сфері реабілітаційних послуг : навч. посіб. Л. : ЛДУФК, 2012. 167 с.
8. Стасюк О. Чинники, які впливають на вартість реабілітаційних послуг. Фізична реабілітація Л., 2010. Т. 1, № 1. С. 36 – 41.

Практичне заняття №10

Модульна контрольна робота

Мета: контроль знань та вмінь здобувачів вищої освіти.

ОРГАНІЗАЦІЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Самостійна робота – форма організації навчального процесу, яка передбачає виконання завдань здобувачем вищої освіти під методичним керівництвом викладача, але без його безпосередньої участі. Навчальний час для самостійної роботи, визначено згідно навчального плану і становить $\frac{1}{2}$ загального обсягу навчального часу, відведеного для вивчення дисципліни.

Самостійна робота – це чинник, який формує вміння вчитися, опановувати навчальний матеріал в позааудиторний час. Обсяг і зміст самостійної роботи визначається робочою програмою та робочим навчальним планом у межах встановленого обсягу годин із навчальної дисципліни.

Виконуючи завдання самостійної роботи здобувачі вищої освіти мають поглибити отримані теоретичні знання з тем курсу «Основи менеджменту, маркетингу та адміністрування у фізичній терапії». Самостійна робота над навчальною дисципліною включає: опрацювання теоретичних основ маркетингу, менеджменту в сфері реабілітаційних послуг; вивчення окремих тем питань, що передбачені для самостійного опрацювання; поглиблене вивчення літератури за певною тематикою та пошук додаткової інформації; підготовку до практичних (семінарських) занять.

Виконання індивідуальних завдань надає можливість здобувачам вищої освіти формує: а) навички працювати самостійно; б) вміння брати на себе відповідальність, приймати та реалізовувати адекватні управлінські рішення; в) надавати об'єктивну оцінку діяльності організацій у сфері охорони здоров'я; г) вміння працювати з різним видом інформації, тощо.

Самостійна робота забезпечується системою навчально-методичних засобів, що передбачають вивчення навчальної дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та адміністрування у фізичній терапії»: підручниками, методичними та навчальними посібниками, монографіями, періодичною літературою, методичними посібниками для самостійної роботи, конспектом лекцій, інтернет джерелами (офіційними сайтами Української асоціації маркетингу та Міністерства охорони здоров'я України, тощо).

Перелік завдань до самостійної роботи, форми організації та звітності, термін виконання та кількість балів визначаються викладачем.

Система завдань для самостійної роботи передбачає врахування актуалізації мотивів навчальної діяльності та їх трансформації від пізнавального й наукового до професійного.

Теми та види робіт самостійної роботи

№ з/п	Назва теми та види робіт
1	Тема 1. Менеджмент як наука, історичний розвиток у світі, і в Україні Завдання. 1. З'ясувати значення термінів «управління», «менеджер», «менеджмент». 2. Охарактеризуйте типи менеджерів. 3. Розглянути за літературними джерелами питання: історичні етапи розвитку менеджменту; основні вчені з менеджменту і проблеми, над якими вони працювали; обов'язки реалізації державної політики охорони здоров'я покладено на Президента України, Кабінет Міністрів і Міністерство охорони здоров'я. 4. Підготуйте доповідь на тему: «Історія організації охорони здоров'я в Україні». 5. Визначте вплив українських медиків на розвиток медицини.
2	Тема 2. Управління як процес. Заклади охорони здоров'я як об'єкт управління Завдання. 1. Опрацювати статтю у фаховому журналі Молодий вчений №12 (64), грудень 2018 Ляшенко Р.В. «Основні підходи до управління в бізнесі» С. 296-301 та розкрити основні підходи управління. 2. За літературними джерелами дати відповіді на такі питання: Які управлінські рішення ухвалює керівник організації, аналізуючи вплив факторів робочого середовища? Які фактори впливають на процес ухвалення управлінського рішення? Які управлінські рішення ухвалюють за способом обґрунтування? Навести конкретні приклади. Які існують підходи в сучасній концепції менеджменту? Розкрийте їх сутність. 3. З'ясувати взаємозв'язок управлінських рішень та функцій менеджменту. 4. Підготуйте есе на тему: «Роль людського фактора під час розроблення управлінських рішень». 5. Колективне кейс-завдання: опрацювати ситуації щодо ухвалення управлінського рішення керівником організації.
3	Тема 3. Комунікації як процес. Управління комунікаціями в організації 1. З'ясувати значення термінів «комунікація» та «комунікативний процес». 2. Розкрити основні види, групи і форми комунікацій. 3. З'ясувати аспекти інформаційного середовища комунікацій. 3. Охарактеризувати комунікативні навички тих, хто говорить, і тих, хто слухає. Навести конкретні приклади. 4. Творче завдання: підготувати основні документи професійної наради або виступу: - сценарій, в якому прописані основні ідеї; - таймінг. 5. Опрацювати статтю у фаховому журналі (Мезенцева І. В., Павлович О. С., Ярликowa В. Д. Особливості комунікації фізичного терапевта з пацієнтами при наданні реабілітаційних послуг. <i>Реабілітаційні та фізкультурно-рекреаційні аспекти розвитку людини</i>, 2022. Вип.12. С. 60 – 66) та скласти список правил комунікації фізичного терапевта з пацієнтами.
4	Тема 4. Теоретичні основи маркетингу у сфері охорони здоров'я Завдання.

	1. Розкрити процес еволюції маркетингу, маркетингові концепції. 2. Особливості маркетингових стратегій в системі охорони здоров'я. 3. За літературними джерелами дати відповіді на такі питання: – Які є різновиди маркетингу? – За якими ознаками здійснюється класифікація маркетингу? 4. Охарактеризувати основні поняття маркетингу. 5. Визначити, які типи маркетингу є найбільш актуальними для вітчизняної економіки. 6. Проаналізувати основні нормативно-правові акти, які регулюють маркетингову діяльність в Україні.
5	Тема 5. Сутність реабілітаційних послуг та їх класифікація Завдання. 1. З'ясувати значення термінів «ринок реабілітаційних послуг», «маркетинг реабілітаційних послуг» 2. За літературними джерелами дати відповіді на такі питання: – Охарактеризуйте етапи життєвого циклу реабілітаційної послуги. – На яких етапах життєвого циклу реабілітаційних послуг найінтенсивніше використовується маркетинговий інструментарій? 3. Визначити, які типи маркетингу є найбільш актуальними для вітчизняної економіки. 4. Ознайомитися, що таке Українська асоціація маркетингу і який вплив вона має на маркетингову діяльність підприємств.
6	Тема 6. Організація та проведення маркетингових досліджень у сфері охорони здоров'я Завдання. 1. Дати визначення поняттю «маркетингові дослідження». 2. Розкрити найбільш поширені практичні завдання маркетингових досліджень в охороні здоров'я. 3. Проаналізувати проблеми розвитку маркетингу в державних та приватних медичних організаціях. 4. За літературними джерелами дати відповіді на такі питання: – Які Ви знаєте методи маркетингових досліджень? – Яка відмінність між місткістю ринку й часткою ринку? – Які штатні працівники беруть участь в маркетингових дослідженнях? – Хто регулює проведення маркетингових досліджень в Україні? 5. Творче завдання. Розробити анкету для проведення опитування населення щодо переваг отримання реабілітаційних послуг в певному закладі охорони здоров'я.
7	Тема 7. Комплекс маркетингових комунікацій у сфері реабілітаційних послуг Завдання. 1. Визначити фактори, що приваблюють споживачів медичних послуг. 2. За літературними джерелами дати відповіді на такі питання: – Які ознаки класифікації видів реклами Ви знаєте? – В чому полягає директ-маркетинг. – Чим відрізняється паблік рілейшнз і паблісіті? – Яким чином прямий маркетинг діє як маркетингова комунікація? – Яка послідовність дій проведення маркетингових переговорів? 3. Творче завдання: проаналізувати корпоративний міф (сторітеллінг) і запропонувати спосіб його реалізації.

	4. Ознайомитися із Законом України «Про рекламу» і визначити, які види маркетингових комунікацій і де можна застосовувати в Україні?
8	Тема 8. Маркетингова цінова політика. Стратегії та методи ціноутворення на ринку реабілітаційних послуг Завдання. 1. Дати визначення поняттю «маркетингова цінова політика». 2. Розкрити умови ефективного використання стратегій та методів ціноутворення. Дайте характеристику стратегіям цінового рівня. 3. Пояснити сутність стратегії єдиних гнучких цін. 4. Охарактеризувати ціноутворення. 5. За літературними джерелами дати відповіді на такі питання: – Які є види цін? – Які основні етапи методики розрахунку ціни? – Які чинники найбільше, на вашу думку, впливають на ціноутворення? – Як класифікуються методи ціноутворення? 6. Опрацювати кейс-завдання: «Формування цінової стратегії організації на основі проведення цінових досліджень».

З метою поглибленого вивчення матеріалу студентам пропонуються наступні види самостійної роботи:

Реферат

– наукова робота, що містить систематизовану інформацію на задану тему та передбачає представлення матеріалу на основі підібраної літератури та проведеного дослідження.

Структура реферату:

- 1.Титульна сторінка.
- 2.Зміст або план реферату.
3. Перелік умовних позначень та скорочень (за необхідності).
- 4.Вступ (обсягом 1-2 сторінки; розкривається актуальність проблеми, оцінка сучасного стану досліджуваної проблеми, мета і завдання реферату, об'єкт і предмет дослідження, перелік використаних методів).
- 5.Основна частина (не менше 2-х параграфів).
- 6.Висновок (обсягом 1-2 сторінки; підсумок роботи).
- 7.Список використаної літератури перелік посилань).
8. Додатки (за необхідності; таблиці, діаграми, ілюстрації, дані розроблених програм, акти проведених експериментів, тощо).

Вимоги до оформлення:

1. обсяг – 10–15 сторінок друкованих сторінок;
2. параметри комп'ютерного набору тексту:
 - шрифт – Times New Roman;

- розмір – 14;
- міжрядковий інтервал – (1,5 Lines);
- поля – верхнє і нижнє поле – 2 см, лівє – 3 см, правє – 1 см;
- розміщення тексту – по ширині;
- абзацний відступ – п'ять знаків (1,25 см);
- сторінки реферату нумеруються – у верхньому правому куті (титольний аркуш не нумерується);
- використання символів у тексті за зразком: лапки типу «...», дефіс (-), тире (–), апостроф (');
- перенос складів у словах не використовується;
- кожний структурний елемент змісту роботи починається з нової сторінки;
- заголовки розділів прописуються великими літерами;
- список джерел – 10-15 найменувань, посилання на використані джерела оформлюються у квадратних дужках, де через кому вказується номер джерела та сторінка цитування (зразок: [8, с.326]).

Бібліографічний опис літературних джерел складається відповідно до існуючих стандартів «Бібліографічний запис. Бібліографічного опис» (ДСТУ 8302:2015) та використовують алфавітний спосіб групування або групування за згадуванням в тексті.

Джерела, які використовуватиме здобувач освіти, заздалегідь узгоджуються з викладачем.

Критерії оцінки реферату:

1. актуальність теми дослідження;
2. відповідність змісту теми;
3. логіка викладу матеріалу;
4. самостійність виконання роботи;
5. правильність і повнота використання джерел;
6. відповідність оформлення реферату стандартам.

Захист проходить на практичному занятті та складається з двох частин: доповідь здобувача вищої освіти і відповіді на поставлені запитання.

Оцінювання реферату та його захисту – до 10 балів (6 балів за зміст реферату та його оформлення, 4 балів за захист).

Презентація

– набір слайдів відповідно до певної тематики. Презентації створюються для наочної підтримки доповідей.

Рекомендований тип файлу – PowerPoint (*.pptx).

Структура презентації:

- титульний аркуш (назва, дані про студента);
- основні пункти презентації;
- завершальний слайд (висновки);
- список джерел (до 5 основних).

Вимоги щодо структури та змісту навчального матеріалу, що міститься на слайдах презентації:

- матеріал викладений стисло, з максимальною інформативністю тексту (не більше 20% тексту від обсягу слайду);
- текст презентації повинен складатися з простих речень та коротких слів (не більше ніж 6-8 рядків тексту, по 6-8 слів у рядку);
- короткі та змістовні заголовки та нумеровані списки;
- заголовки узагальнюють основні ідеї слайду;
- важливі відомості подано виділеним шрифтом;
- підпис до ілюстрації розміщується знизу, під нею;
- кожен слайд повинен містити заголовок, який описує основну ідею вмісту цього слайда;
- для подачі матеріалів компактно і наочно використовуйте табличні форми запису даних (діаграми, схеми);
- усі слайди презентації представлені в одному стилі;
- один із останніх слайдів має містити список джерел, використаних при підготовці презентації, в алфавітному порядку відповідно до існуючих стандартів бібліографічного опису.

У процесі підготовки реферату/презентації необхідно дотримуватися принципу академічної доброчесності.

Тривалість виступу презентації 20 хвилин (15 хвилин – доповідь, 5 хвилин – відповідь на запитання).

Теми реферату/презентації здобувачів освіти академічної групи мають бути різними. Тему індивідуальної роботи студент обирає сам або за рекомендацією викладача.

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

Завдання 1-го рівня

1. Предмет управлінської праці в сфері охорони здоров'я –
 - а) організаційна та обчислювальна техніка;
 - б) управлінське рішення в сфері охорони здоров'я;
 - в) організаційна робота в сфері охорони здоров'я;
 - г) інформація в сфері охорони здоров'я.
2. Відмінність між поняттями «менеджмент» та «управління»:
 - а) поняття «управління» значно ширше, ніж «менеджмент»;
 - б) поняття «менеджмент» значно ширше, ніж «управління»;
 - в) управління – складова менеджменту;
 - г) поняття «менеджмент» та управління тотожні;
 - д) менеджмент – складова управління.
3. Результат управлінської праці в сфері охорони здоров'я –
 - а) організаційна та обчислювальна техніка;
 - б) управлінське рішення в сфері охорони здоров'я;
 - в) організаційна робота в сфері охорони здоров'я;
 - г) інформація в сфері охорони здоров'я.
4. Зміст «менеджменту» як процесу управління організацією в сфері охорони здоров'я:
 - а) спосіб і манера спілкування з людьми;
 - б) влада та мистецтво керівника організації сфери охорони здоров'я;
 - в) вміння організувати ефективну роботу управлінського апарату;
 - г) всі наведені тлумачення є правильні;
 - д) немає правильних тлумачень.
5. Функціональна позиція менеджменту –
 - а) процес планування, організовування, мотивування, регулювання та контролювання, які необхідні для досягнення певної цілі;
 - б) процес планування, організування, мотивування та регулювання виробничих процесів на підприємстві;
 - в) процес планування, організування, контролювання, координування та регулювання діяльності управлінців;

- г) процес контролювання та організування роботи трудового колективу.
6. Визначте, що є результатом управлінських відносин у сфері охорони здоров'я?
- а) налагодження зв'язків в апараті управління;
 - б) готова продукція та матеріали;
 - в) розроблення варіантів управлінських рішень;
 - г) отримання інформації про ресурси.
7. До принципів менеджменту не відноситься:
- а) системність;
 - б) відповідальність;
 - в) урахування потреб та інтересів;
 - г) активізація;
 - д) економічність.
8. Школа управління, мета якої розробка універсальних принципів управління:
- а) школи поведінкових наук;
 - б) школи наукового управління;
 - в) школи людських відносин;
 - г) адміністративної школи.
9. Основні принципи менеджменту –
- а) норми поведінки людей в процесі виконання своїх функцій;
 - б) правила, вихідні положення і норми поведінки, якими керуються органи управління в процесі управління системами;
 - в) вихідні положення, за допомогою яких вирішуються виробничі завдання;
 - г) об'єктивно діючі закономірності розвитку суспільства та організації.
10. Хто є «батьком менеджменту»?
- а) Д. МакГрегор;
 - б) А. Файоль;
 - в) Л. Урвік;
 - г) Ф. Тейлор.
11. Хто є автором піраміди ієрархії потреб?
- а) Д. МакГрегор;
 - б) Е. Мейо;
 - в) А. Маслоу;

- г) Ф. Тейлор.
12. Функції менеджменту трактують як відокремлені види управлінської діяльності, з метою забезпечення формування способів управлінського впливу. Визначте, яка з перерахованих нижче функцій не відноситься до загальних (основних) функцій менеджменту?
- а) планування;
 - б) управління;
 - в) організація;
 - г) контроль;
 - д) регулювання.
13. Якої наукової школи був А. Файоль представником?
- а) школи поведінкових наук;
 - б) школи наукового управління;
 - в) школи людських відносин;
 - г) адміністративної школи.
14. Якої наукової школи представником був М. Фоллет?
- а) школи поведінкових наук;
 - б) школи наукового управління;
 - в) школи людських відносин;
 - г) адміністративної школи.
15. Які фази охоплює життєвий цикл організації сфери охорони здоров'я?
- а) зростання, стабільність, спад;
 - б) утворення, становлення, розвиток, відродження;
 - в) народження, дитинство, юність, зрілість, старіння, відродження;
 - г) народження, зрілість, помирання.
16. Сутність якого із сучасних інтегрованих підходів у менеджменту полягає у зосередженні на вивченні взаємопов'язаних частин організації
- а) ситуаційний підхід;
 - б) системний підхід;
 - в) поведінковий підхід;
 - г) інтеграційний підхід
17. До принципів менеджменту не відноситься:
- а) системність;
 - б) єдиновладдя;

- в) урахування інтересів та потреб;
- г) відповідальність;
- д) економічність.

18. Мета корегування управлінських рішень в сфері охорони здоров'я:

- а) приведення формату їх виконання до вимог часу;
- б) підвищення ефективності прийняття управлінських рішень в сфері охорони здоров'я;
- в) усунення відхилень в їх виконанні;
- г) усунення помилок в майбутньому.

19. В сфері охорони здоров'я централізація повноважень, відсутність свободи в ухваленні рішень, тиск на підлеглих, загрози з періодичним заохоченням – це опис прояву стилю управління:

- а) демократичного;
- б) партисипативного;
- в) авторитарного;
- г) ліберального.

20. Основа певного управлінського рішення в сфері охорони здоров'я –

- а) визначення методів і моделей ухвалення рішення в сфері охорони здоров'я;
- б) виявлення й аналіз проблемної ситуації;
- в) визначення різниці між існуючим і бажаним станом управлінської системи в сфері охорони здоров'я;
- г) достатня кількість управлінської інформації в сфері охорони здоров'я.

21. Спосіб, за допомогою якого індивідуум будує комунікативну взаємодію?

- а) зворотний зв'язок;
- б) процес прийняття рішення;
- в) комунікативний стиль;
- г) комунікативний процес.

22. Встановіть правильну послідовність основних функцій менеджменту:

- а) мотивація, контроль, організація, планування;
- б) організація, мотивація, планування, контроль;
- в) планування, організація, мотивація, контроль;
- г) планування, мотивація, організація, контроль;

д) організація, планування, мотивація, контроль.

23. Процес спонукання себе й інших до діяльності для досягнення особистісних цілей і цілей організації в сфері охорони здоров'я – це:

- а) планування;
- б) управління;
- в) регулювання;
- г) мотивація;
- д) контроль.

24. Визначте сутність поняття менеджмент у сфері охорони здоров'я:

- а) процес управління (планування, організація діяльності, мотивація, контроль) необхідний для формування і досягнення завдань закладу охорони здоров'я;
- б) сукупність методів, форм, засобів управління закладами охорони здоров'я для досягнення поставлених завдань або визначеної мети;
- в) процес оптимізації людських, матеріальних і фінансових ресурсів для досягнення організаційних цілей;
- г) функція, вид діяльності, зміст якої складає керівництво підлеглими в організації;
- д) всі відповіді вірні.

25. Визначте сутність кабінетних досліджень у сфері реабілітаційних послуг:

- а) проводяться маркетинговими організаціями за власні кошти і продаються передплатникам або разовим клієнтам.
- б) аналіз даних на основі наявної інформації;
- в) систематичний збір, реєстрація й аналіз даних із проблем, що відноситься до маркетингу реабілітаційних послуг;
- г) пов'язані з отриманням первинних даних.

26. 4 «Р» елементи комплексу маркетингу:

- а) продукт, ціна, стимулювання збуту, просування;
- б) продукт, ціна, місце розподілу, просування;
- в) продукт, ціна, місце розподілу, реклама;
- г) продукт, дизайн, місце розподілу, просування.

27. Основні поняття маркетингу:

- а) потреба, бажання, попит, обмін, угода, ринок;

- б) пропозиція, бажання, попит, товар (послуга), обмін, угода, ринок;
- в) попит, бажання, пропозиція, товар (послуга), обмін, угода, ринок;
- г) потреба, бажання, попит, товар (послуга), обмін, угода, ринок.

28. Види стилів керівництва, які можливі у закладах охорони здоров'я:

- а) авторитарний стиль, стиль невтручання, колегіальний стиль;
- б) одноосібний стиль, колегіальний стиль, стиль невтручання;
- в) авторитарний стиль, демократичний стиль, ліберальний стиль;
- г) немає правильної відповіді.

29. У фізичній терапії проводиться збір інформації шляхом задавання запитань респондентам:

- а) анкетування;
- б) експеримент;
- в) опитування;
- г) спостереження.

30. На якому етапі життєвого циклу реабілітаційної послуги виникає пік конкурентної боротьби?

- а) зростання;
- б) стад;
- в) впровадження;
- г) зрілість.

31. На етапі виведення реабілітаційної послуги на ринок, який застосовується вид реклами?

- а) престижна;
- б) запобіжна;
- в) інформативна;
- г) нагадувальна.

32. Оберіть вид реклами, що сприяє формуванню позитивного образу послуги у сфері охорони здоров'я:

- а) запобіжна;
- б) пояснювально-пропагандистська;
- в) престижна;
- г) іміджева.

33. Уявлення про продукцію допомагає закріпити образ:

- а) імідж;

- б) товарна марка;
- в) товарний знак;
- г) бренд.

34. Маркетинг – це:

- а) вид людської діяльності, спрямований на задоволення потреб через створення найбільш бажаних послуг;
- б) вид людської діяльності, спрямований на задоволення потреб через обмін;
- в) вид людської діяльності, спрямований на організацію, управління, планування і контролювання організації з метою задоволення потреб кінцевого споживача;
- г) вид людської діяльності, спрямований на організацію, управління, планування і контролювання організації з метою задоволення потреб власників;
- д) всі відповіді вірні.

35. Склад комплексу маркетингу включає:

- а) ціна, просування, дослідження;
- б) місце, товар, збут;
- в) товар, ціна, політика;
- г) ціна, товар, політика.

36. У чому полягає сутність маркетингових досліджень у сфері реабілітаційних послуг?

- а) у створенні підсистеми маркетингу, що пропагує постійний і систематичний збір інформації про зовнішнє оточення організації;
- б) у отриманні інформації про якісні характеристики реабілітаційних послуг, виробничі потужності організації та ефективність маркетингової політики;
- в) у систематичному та об'єктивному визначені, зборі, аналізі та обробці інформації для сприяння менеджменту в прийнятті рішень, пов'язаних з визначенням і вирішенням проблем та можливостей в маркетингу;
- г) у зборі, аналізі та обробці даних з метою відслідковування тенденцій і аналізу поточного стану реабілітаційного центру (організації) з метою забезпечення його ефективної діяльності в майбутньому.

37. Маркетингова цінова політика у сфері реабілітаційних послуг – це:

- а) встановлення на реабілітаційну послугу відносно низької ціни з метою

притягнення великої кількості покупців і завоювання великої частки ринку;

б) комплекс заходів фірми, до яких належить формування ціни, знижок, умов оплати за реабілітаційну послугу, реалізація якого покликана забезпечити задоволення потреб споживачів і отримання організацією прибутку, а також вирішення стратегічних завдань центру;

в) встановлення на нову реабілітаційну послугу максимально високої ціни, яка робить вигідним сприйняття новинки лише деякими сегментами ринку, а організації дозволяє отримати максимально можливий дохід.

38. Завдання маркетингових досліджень:

- а) оцінювання шансів та ризиків, вивчення поведінку споживачів;
- б) визначення місткості ринку, аналіз ділової активності конкурентів;
- в) розробка нової торгової марки, вплив реклами на рішення про покупку;
- г) усі відповіді вірні.

39. Моніторинг за дотриманням етики в сфері проведення маркетингових досліджень, включаючи сферу охорони здоров'я, здійснює:

- а) Державна служба статистики України;
- б) Міністерство економічного розвитку та торгівлі, відповідні відомства;
- в) Верховна Рада України;
- г) Українська асоціація з маркетингу.

40. Перевага телефонного інтерв'ю як методу збору інформації про якість реабілітаційної послуги:

- а) репрезентативність одержуваної інформації є високою;
- б) швидкий збір інформації;
- в) широка аудиторія опитуваних;
- г) можливість впливу інтерв'юера на респондента;
- д) вартість дослідження є низькою.

41. Анкетування – це вид дослідження

- а) кабінетне дослідження;
- б) кількісне дослідження;
- в) польові дослідження;
- г) якісні дослідження.

42. Етапом маркетингових досліджень у сфері охорони здоров'я є:

- а) збір інформації;
- б) розробка реклами;

в) позиціювання реабілітаційної послуги на ринку.

43. Початковий етап маркетингу:

- а) рекламна кампанія;
- б) розроблення реабілітаційної послуги;
- в) дослідження ринку та потреб споживачів.

44. Аналіз даних на основі наявної інформації — це:

- а) гіпотеза;
- б) кількісні дослідження;
- в) припущення;
- г) якісні дослідження.

45. Рекламні ролики, передачі і спонсорство, що транслюються на телеканалах і характеризуються візуальним і голосовим повідомленням — це

- а) реклама на радіо;
- б) реклама в пресі;
- в) реклама на телебаченні;
- г) реклама на щитах.

46. За характером рекламу поділяють на:

- а) соціальна і комерційна;
- б) інформативна, конкурентна, нагадуюча;
- в) локальна, регіональна, національна, міжнародна;
- г) рівна, наростаюча, спадаюча, періодична.

Завдання 2-го рівня (опис понять)

1. Дайте визначення поняттю «менеджмент».
2. Дайте визначення поняттю «менеджер»
3. Дайте визначення поняттю «маркетинг».
4. Дайте визначення поняттю «ціна».
5. Дайте визначення поняттю «собівартість».
6. Дайте визначення поняттю «вартість».
7. Дайте визначення поняттю «маркетингові дослідження»
8. Опишіть поняття «маркетинг реабілітаційних послуг».
9. Опишіть поняття «реабілітаційні послуги».
10. Опишіть поняття «ринок реабілітаційних послуг».
11. Опишіть поняття «комплекс маркетингу».

12. Опишіть поняття «життєвий цикл реабілітаційної послуги»
13. Дайте визначення поняттю «комунікації», «маркетингові комунікації».
14. Дайте визначення поняттю «послуг».
15. Вкажіть відмінність між поняттями «менеджмент» та «управління».
16. Відмінність маркетингу від інших, споріднених за змістом, термінів.

Завдання 3-го рівня (описові)

1. Поясніть сутність менеджменту як процесу реалізації функції управління.
2. Які ролі виконують менеджери в організації? Як ви їх розумієте? Наведіть приклади.
3. Опишіть специфічні особисті якості менеджерів.
4. Характеристика взаємозв'язків між основними принципами менеджменту.
5. Розкрийте сутність основних завдань методів менеджменту.
6. Розкрийте функції менеджменту.
7. Розкрийте класифікацію методів менеджменту за різними ознаками.
8. Розкрийте роль комунікацій в інформаційному забезпеченні менеджменту.
9. Охарактеризуйте загальні функції у менеджменті.
10. Опишіть методи прийняття управлінських рішень.
11. Обґрунтуйте управлінські рішення, які застосовуються керівниками різних рівнів управління.
12. Розкрийте головні завдання маркетингових комунікацій у сфері реабілітаційних послуг.
13. Визначте підпорядковані завдання маркетингових комунікацій у сфері реабілітаційних послуг.
14. Розкрийте чинники від яких залежить перебіг етапів життєвого циклу реабілітаційної послуги?
15. Опишіть структуру реабілітаційної послуги.
16. Розкрийте причини зумовлюють виникнення проблем ціноутворення на ринку реабілітаційних послуг.
17. Розкрийте чинники впливають на ціну реабілітаційної послуги.
18. Опишіть особливості ринку реабілітаційних послуг.
19. Розкрийте роль комунікацій в інформаційному забезпеченні менеджменту.
20. Опишіть стадії процесу сприйняття нової реабілітаційної послуги.
21. Опишіть лінійну, інтерактивну та трансакційну модель комунікації.

ПЕРЕЛІК ТЕМ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ РЕФЕРАТУ/ПРЕЗЕНТАЦІЇ

1. Основи сучасного менеджменту, маркетингу та адміністрування у фізичній терапії.
2. Портрет менеджера в галузі охорони здоров'я.
3. Історія організації охорони здоров'я в Україні.
4. Видатні організатори охорони здоров'я України.
5. Сучасні принципи розвитку менеджменту в Україні.
6. Основні напрями реформування системи охорони здоров'я в Україні.
7. Закордонний досвід маркетингу медичних послуг.
8. Інформаційне забезпечення менеджменту у фізичній терапії.
9. Організаційна структура управління та система взаємовідносин в організації у галузі охорони здоров'я.
10. «Індивідуальні» закони менеджменту.
11. Типологія керівництва.
12. Засади дослідження ринку послуг охорони здоров'я.
13. Фактори, які впливають на оцінку якості реабілітаційних послуг.
14. Технології маркетингу у фізичній терапії.
15. Сучасні теорії лідерства.
16. Засоби маркетингових комунікацій.
17. Рекомендації щодо налагодження маркетингових комунікацій у сфері реабілітаційних послуг.
18. Маркетинговий інструментарій в охороні здоров'я.
19. Рекламна кампанія. Особливості її проведення.
20. Реклама: значення, види, правила створення.
21. Конкуренція на ринку реабілітаційних послуг.
22. Засади конкуренції у сфері охорони здоров'я.
23. Проблеми ринку реабілітаційних послуг.
24. Конкуренція на ринку медичних послуг.
25. Засади конкурентоспроможності в медицині.
26. Дослідження сучасного ринку послуг у сучасній фізичній терапії.
27. Управління системою охорони здоров'я в Україні.
28. Маркетингові стратегії ціноутворення.
29. Цінові фактори маркетингу та їх характеристики.
30. Основні підходи до проведення маркетингових досліджень в охороні здоров'я.

31. Основні об'єкти маркетингових досліджень в сфері охорони здоров'я.
32. Нова парадигма менеджменту в ХХІ столітті.
33. Моделі комунікацій у сфері охорони здоров'я.
34. Маркетинговий контроль та його показники.
35. Планування і формування персоналу.
36. Вклад у розвиток маркетингу вченого Ф. Тейлор.
37. Управління групами в організаціях.

ПИТАННЯ ДО ЗАЛІКУ З ДИСЦИПЛІНИ «ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ, МАРКЕТИНГУ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ У ФІЗИЧНІЙ ТЕРАПІЇ»

1. Історичні передумови виникнення менеджменту охорони здоров'я.
2. Сутність та роль менеджменту та управління в охороні здоров'я.
3. Менеджмент як сфера людської діяльності.
4. Завдання менеджменту в сфері охорони здоров'я.
5. Функції менеджменту в сфері охорони здоров'я.
6. Принципи менеджменту.
7. Рівні менеджменту.
8. Менеджер в охороні здоров'я: роль та характерні особливості.
9. Підходи до управління.
10. Суть та характерні особливості управлінських рішень.
11. Підготовка, прийняття та реалізація управлінського рішення.
12. Управління комунікаційними процесами.
13. Планування, організація та проведення професійних нарад та виступів.
14. Сутність і значення комунікацій.
15. Управління комунікаційними процесами.
16. Планування, організація та проведення нарад та виступів.
17. Особливості комунікації менеджменту в сфері охорони здоров'я.
18. Загальні та специфічні характеристики реабілітаційної послуги.
19. Життєвий цикл реабілітаційної послуги.
20. Визначення маркетингу реабілітаційних послуг.
21. Процес еволюції маркетингу.
22. Особливості маркетингових стратегій в системі охорони здоров'я.
23. Основні засади комплексного дослідження ринку послуг охорони здоров'я.
24. Складові маркетингу реабілітаційних послуг.
25. Принципи маркетингу реабілітаційних послуг.
26. Завдання маркетингу реабілітаційних послуг.
27. Функції маркетингу реабілітаційних послуг.
28. Схема послідовності дій фізичного реабілітолога перед наданням реабілітаційної послуги.
29. Сутність і завдання управління маркетингом.
30. Сутність маркетингових досліджень у сфері реабілітаційних послуг.
31. Методи маркетингових досліджень.
32. Етапи процесу проведення маркетингових досліджень.

33. Суть маркетингових комунікацій.
34. Завдання маркетингових комунікацій у сфері реабілітаційних послуг.
35. Елементи маркетингових комунікацій.
36. Типи комунікацій.
37. Теоретична модель структури маркетингових комунікацій закладів в сфері охорони здоров'я.
38. Реклама – елемент маркетингових комунікацій.
39. Вимоги щодо налагодження маркетингових комунікацій у сфері охорони здоров'я.
40. Рекомендації маркетингових комунікацій у сфері охорони здоров'я.
41. Основні підходи ціноутворення на ринку реабілітаційних послуг.
42. Фактори, що впливають на формування цін на реабілітаційні послуги.
43. Відмінність між поняттями «собівартість», «ціна» та «вартість».
44. Стратегії ціноутворення на ринку реабілітаційних послуг.

Зразок «нульового» варіанту залікового білету

Державний вищий навчальний заклад
«Ужгородський національний університет»

Освітній ступінь	бакалавр
Спеціальність	227 Фізична терапія, ерготерапія
Навчальна дисципліна у фізичній терапії	Основи менеджменту, маркетингу та адміністрування

ЗАЛІКОВИЙ БІЛЕТ № 0

1. Історичне становлення менеджменту як науки.
2. Дайте визначення терміну «маркетинг».
3. Особливості комунікації в сфері фізичної терапії.

Голова комісії (Екзаменатор) _____
(підпис) (ім'я і прізвище)

ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання з навчальної дисципліни є:

- залік,
- модульна контрольна робота у письмовій формі,
- тестування,
- реферат,
- презентація.

Форми контролю та критерії оцінювання результатів навчання

Форми поточного контролю: усна відповідь, доповнення відповіді, експрес-опитування, тестування, індивідуальне завдання (в т.ч. реферат або презентація) з подальшим захистом, модульне тестування.

Проходить в індивідуальній, груповій, фронтальній формах.

Форма модульного контролю: письмова (модульна контрольна робота передбачає варіанти завдань з переліку теоретичних питань та тестових завдань).

Форма підсумкового семестрового контролю: усна (залік).

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Максимальна підсумкова кількість балів із дисципліни, яку здобувач вищої освіти може отримати за семестр (максимальна підсумкова семестрова рейтингова оцінка), дорівнює 100.

Поточне оцінювання та самостійна робота								Модульна контрольна робота	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	50	100
10	5	5	10	5	5	5	5		

T1, T2, T3 ... – теми

Оцінювання окремих видів навчальної роботи з дисципліни

Вид діяльності здобувача вищої освіти	Модуль 1	
	Кількість	Максимальна кількість балів (сумарна)
Практичні	10	30
Реферат із захистом або презентація із захистом	1	10
Тести	2	10
Модульна контрольна робота	1	50
Разом		100

Критерії оцінювання під час аудиторних занять

Теоретична підготовленість перевіряється і оцінюється за результатами усної або письмової відповіді на питання практичних занять, що складені у відповідності до змісту навчальної програми.

Бали	Критерії оцінювання навчальних досягнень
5 балів	Оцінюється робота здобувача освіти, який у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно, самостійно та аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних запитань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу, вільно послуговується науковою термінологією, розв'язує задачі стандартним або оригінальним способом, наводить аргументи на підтвердження власних думок, здійснює аналіз та робить висновки.
4 бали	Оцінюється робота здобувача освіти, який достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає, в основному розкриває зміст теоретичних запитань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу, розв'язує задачі стандартним способом, послуговується науковою термінологією. Але при висвітленні окремих питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі неістотні неточності та незначні помилки.
3 бали	Оцінюється робота здобувача освіти, який відтворює значну частину навчального матеріалу, висвітлює його основний зміст, виявляє елементарні знання окремих положень, записує основні формули, рівняння, закони. Не здатний до глибокого, всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, не користується необхідною літературою, допускає істотні неточності та помилки.

2 бали	Оцінюється робота здобувача освіти, який не володіє навчальним матеріалом у достатньому обсязі, проте фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає окремі питання навчальної дисципліни, не розкриває зміст теоретичних питань і практичних завдань.
1 бал	Оцінюється робота здобувача освіти, який не в змозі викласти зміст більшості питань теми та курсу, володіє навчальним матеріалом на рівні розпізнавання явищ, допускає істотні помилки, відповідає на запитання, що потребують однослівної відповіді.
0 балів	Оцінюється робота здобувача освіти, який не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його висвітлити, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань.

Критерії оцінювання тестування

Тестування за допомогою закритих питань: тест містить 5 питань. Оцінка правильної відповіді на кожен з них 1 бал, оцінка неправильної відповіді - 0 балів. Кожне питання має кілька передбачуваних відповідей, одна з яких правильна.

Модульна контрольна робота

Шкала модульної контрольної роботи

Після виконання програми змістового модулю у визначений деканатом термін здійснюється поточний модульний контроль у вигляді письмової роботи, який оцінюється у межах від 0 до 50 балів.

Показники	Бали
Письмова модульна контрольна робота:	0 – 50
тестові завдання (за кожен правильну відповідь нараховується 1 бал);	0 – 20
2 теоретичні: опис понять (за кожен правильну відповідь нараховується 5 балів);	0 – 10
2 теоретичні питання (за кожен правильну відповідь нараховується 10 балів).	0 – 20

Критерії оцінювання модульної контрольної роботи

Бали	Критерії оцінювання
41 – 50	Студент виконав завдання запропонованого йому варіанта в повному обсязі, при цьому дає абсолютно правильні відповіді на теоретичні питання з викладенням оригінальних висновків, отриманих на основі програмного матеріалу, високу культуру оформлення знань та відповідний рівень умінь і навичок.

31 – 40	Студент вичерпно реалізував усі питання, виявив творчу самостійність, добре орієнтується в матеріалі менеджменту, маркетингу та адмініструванні, але в роботі наявні окремі несуттєві помилки.
21 – 30	Студент виявив задовільні знання матеріалу, але допустив при цьому окремі фактичні помилки та неточності, культура оформлення знань та рівень його умінь і навичок ще недостатні.
11 – 20	Студенту виявив задовільні знання матеріалу, але допустив при цьому окремі грубі фактичні помилки та неточності, культура оформлення знань та рівень його умінь і навичок ще недостатні.
0 – 10	Студент не виявив достатніх фахових знань з предмета, не досяг реалізації завдання через загальну слабку орієнтацію в програмовому матеріалі, культура його мовлення й оформлення знань незадовільні.

Якщо з об'єктивних причин студент не пройшов модульний контроль у визначений термін, то він має право за дозволом деканату пройти його протягом двох тижнів після виникнення заборгованості.

У випадку отримання незадовільної контрольної модульної рейтингової оцінки студент повинен повторно пройти модульний контроль в установленому порядку. При повторному проходженні модульного контролю максимальна величина контрольної модульної рейтингової оцінки в балах, яку може отримати студент, не повинна перевищувати максимальне значення оцінки «Добре» за національною шкалою.

Повторне проходження модульного контролю при отриманій раніше позитивній контрольній модульній рейтинговій оцінці з метою підвищення підсумкової модульної рейтингової оцінки не дозволяється.

Критерії оцінювання підсумкового семестрового контролю

Підсумковий контроль з дисципліни «Основи менеджменту, маркетингу та адміністрування у фізичній терапії» проводиться у вигляді заліку в кінці семестру і надає можливість визначити кінцевий ступінь рівня і якості засвоєння здобувачами вищої освіти теоретичних знань та практичних вмінь і навичок.

Оцінювання рівня знань здобувачів освіти здійснюється на основі результатів поточного і підсумкового контролю та заліку.

До підсумкового семестрового контролю допускаються здобувачі вищої освіти, які виконали всі види робіт, зазначені у початковій програмі, відпрацювали лекції та практичні заняття, при вивченні модулів отримали загальну кількість балів, не меншу за мінімальну.

Якщо студент набрав сумарно бали за всі види діяльності в межах FX

(оцінки ECTS), то він має можливість повторного складання заліку.

Здобувач освіти, який набрав сумарно бали за всі види діяльності в межах F (оцінки ECTS), може подати на ім'я декана факультету заяву на повторне вивчення дисципліни і скласти залік.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		екзамен, курсовий проєкт (робота)	залік
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D	задовільно	
60 – 63	E		
35 – 59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0 – 34	F	незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література

1. Баєва О. В. Менеджмент у галузі охорони здоров'я : навч. посіб. Київ : Центр учб. літ.; 2008. 640 с.
2. Баєва О. В. Менеджмент організацій: Мед. та фармац. менедж. К. : ДП «Вид. дім «Персонал», 2009. 336 с.
3. Голубков Є. П. Маркетинг для професіоналів: практичний курс : підручник і практикум для бакалаврату та магістратури. 2017. С. 358–390.
4. Іванечко Н., Борисова Т., Процишин Ю. Маркетинг: навч. посіб. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
5. Котлер Ф., Катарджая Г., Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. К. : КМ-БУКС, 2019. 224 с.
6. Кузьмін О. Є., Мельник О. Г. Теоретичні та прикладні засади менеджменту: навчальний посібник. Львів: національний ун-т „Львівська політехніка”, 2016.
7. Моргулець О.Б. Менеджмент у сфері послуг: навчальний посібник. Центр навчальної літератури, 2019. 384 с.
8. Стасюк О. М. Маркетинг у сфері реабілітаційних послуг : навч. посіб. Л. : ЛДУФК, 2012. 167 с.
9. Стахів О. Г., Явнюк О. І., Волощук В. В. Основи менеджменту: навчальний посібник. / За наук. ред. док. екон. наук, проф. М. Г. Бойко. Івано-Франківськ, «ЛілеяНВ». 2015. 336 с.
10. Худецький І.Ю., Антонова-Рафі Ю.В., Пономарьова Е.Е. Основи менеджменту, маркетингу та економіки в галузі охорони здоров'я: навч. посібник для студентів спеціальності 227 «Фізична терапія, ерготерапія». Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 200 с.
11. Яцура В.В., Жук О.П. Менеджмент: навчальний посібник. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2011.

Додаткова (допоміжна) література

1. Баєва О. Формування державних освітньо-кваліфікаційних вимог до підготовки фахівців з менеджменту підприємств і організацій у сфері охорони здоров'я. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові*

України. 2009. Вип. 4. С. 231 – 238.

2. Вороніна А. В. Менеджмент: навчальний посібник. Дніпров. держ. техн. ун-т (ДДПУ). Кам'янське: ДДТУ, 2019. 352 с.

3. Ганін В. І., Ганіна Н. В., Гурова К. Д. Методологія соціально-економічного дослідження : навчальний посібник. К. : Центр навчальної літератури, 2008. 224 с.

4. Гуторова О.О. Основи менеджменту: навчальний посібник. Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. Харків: ХНАУ, 2009. 327 с.

5. Долот В. Д., Лещенко В. В. Поняття менеджменту й маркетингу в системі охорони здоров'я. *Держава та регіони*. Сер.: Державне управління. 2014. №. 1. С. 8-13.

6. Ілляненко С. М. Маркетингові дослідження : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К. : Центр навчальної літератури, 2006. 192 с.

7. Карпенко Н. В. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. К. : ЦУЛ, 2019. 252 с.

8. Квасницька Р. С. Аналіз підходів до прийняття управлінських рішень. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2012. № 4 (20). С. 80 – 83.

9. Корінев В. Л. Маркетингова цінова політика. ЦУЛ, 2019. 200 с.

10. Король С. А., Долгова Н. О. Основи менеджменту та маркетингу сфери фізичної культури і спорту. Суми : Сумський державний університет, 2024. 122 с.

11. Криштанович С. Європейський досвід формування професійної компетентності майбутніх менеджерів фізичної культури і спорту. *Педагогічний альманах*. Херсон : КВНЗ «Херсонська академія неперервної освіти», 2017. Вип. 35. С. 204 – 211

12. Ляшенко Р.В. Основні підходи до управління в бізнесі. *Молодий вчений*. 2018. №12 (64). С. 296-301

13. Мезенцева І. В., Павлович О. С., Ярликова В. Д. Особливості комунікації фізичного терапевта з пацієнтами при наданні реабілітаційних послуг. *Реабілітаційні та фізкультурно-рекреаційні аспекти розвитку людини*, 2022. Вип.12. С. 60 – 66

14. Негрей М. В., Тужик К. Л. Теорія прийняття рішень: Навчальний посібник. Центр навчальної літератури, 2018. 272 с.

15. Нетепчук В.В. Самоменеджмент: Навчальний посібник. Рівне. НУВГП, 2013. 354 с.

16. Панченко В. А., Галета Я. В., Червененко О. В. Основи менеджменту:

навчальний посібник. Дніпро: Середняк Т. К., 2019. 451 с.

17. Полковниченко С., Шкулепіна А. Маркетингове забезпечення сфери медичних послуг. *Проблеми і перспективи економіки та управління. Галузевий аспект розвитку національного господарства*. 2019. Т. 4, № 20. С. 176–186.

18. Радиш Я. Ф. Державне управління охороною здоров'я в Україні: генезис, проблеми та шляхи реформування. К.: Вид-во УАДУ, 2001. 360 с.

19. Резніченко О. Г. Маркетинг та менеджмент в системі охорони здоров'я на сучасному етапі та їх перспективи. *Актуальні проблеми сучасної медицини*. 2017. №. 17, Вип. 4 (1). С. 245-248.

20. Скібіцька Л.І., Скібіцький О.М. Менеджмент. Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2018. с. 198–207.

21. Скібіцький О. М. Лідерство та стиль роботи менеджера: навчальний посібник. Центр навчальної літератури, 2010. 192 с.

22. Стахів О. В. Інституційне забезпечення управління системним розвитком закладів охорони здоров'я. *Scientific notes of Lviv University of Business and Law*. 2023. №. 36. С. 180-188.

23. Стасюк О. Особливості інформування неповносправних про діяльність реабілітаційних центрів. *Фізична реабілітація – здобутки, проблеми, перспективи* : матеріали Всеукр. наук. конф. Л., 2009. С. 47 – 51.

24. Стасюк О. Основи формування інформаційних повідомлень про діяльність реабілітаційних центрів. *Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення* : матеріали VII Всеукр. наук.практ. конф. з міжнар. участю. Л., 2010. С. 301 – 305.

25. Стасюк О. М. Стратегічний менеджмент як один з етапів управління зв'язками з громадськістю реабілітаційних центрів. *Науковий часопис Нац. пед. ун-ту імені М. П. Драгоманова. Серія 15, 35 Науково-педагогічні проблеми фізичної культури (фізична культура і спорт)* : зб. наук. пр. К., 2010. Вип. 8. С. 119 – 123.

26. Стасюк О. Чинники, які впливають на вартість реабілітаційних послуг. *Фізична реабілітація* Л., 2010. Т. 1, № 1. С. 36 – 41.

27. Уотсон Т. Методи оцінки діяльності PR-відділів компанії : найкраще практичне керівництво по плануванню, дослідженню і оцінці зв'язків з громадськістю. Д. : Баланс Бізнес Букс, 2006. 260 с.

28. Федоренко С., Лазарєва О., Вітомський В., Вітомська М. Основи організації центру з надання реабілітаційних послуг для осіб із порушеннями опорно-рухового апарату. *Молодіжний науковий вісник Східноєвропейського*

національного університету імені Лесі Українки, 2017. Вип. 28. С. 200-204.

29. Цзиці Лі. Лідерські якості менеджерів: вектори успіху: монографія. Центр навчальної літератури, 2018. 184 с.

30. Шатун В.Т. Основи менеджменту: Навчальний посібник. Миколаїв: Вид-во МДГУ ім. Петра Могили, 2006. 376 с.

31. Юринець З.В. Самоменеджмент : навч. Посібник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2014. 272 с.

32. Kulaets, M. I., Kulaets, V. M., Kulaets, N. M., Lapkovsky, E. Y., Mykhaulyshyn, L. I. Принципи мультидисциплінарного менеджменту у фізичній терапії. *The actual problems of regional economy development*. 2020. Vol.2(16). PP.264-270.

33. Virginia Evans, Jenny Dooley, Susanne Hartley. Career Paths: Physiotherapy - Student's Book (with DigiBooks App). Express Publishing; 2019. 120 p.

Інформаційні ресурси

1. Електронна бібліотека підручників. URL: <http://www.infolibrary.com.ua/bookstext7303.html>
2. Міністерство охорони здоров'я України. URL: <https://moz.gov.ua/>
3. Національна бібліотека України ім. В. І. Вербицького. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
4. Національна наукова медична бібліотека України. URL: <http://www.library.gov.ua/>
5. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу. URL: www.uam.kneu.kiev.ua/.
6. Права людини у сфері охорони здоров'я: практичний посібник. URL: [http://medicallaw.org.ua/vydavnytstvo/praktychnyi-posibnyk-prava-liudyny-u-sferi-okhorony-zdorovia/5-zagalna-kharakteristika-pravovoji-sistemi-i-sistemi-okhoroni-zdorovja-ukrajini/54-sistema-okhoroni-zdorovja-zagalnii-ogljad/#:~:text=0%B5%D0%BC%D1%96%D1%8F%20%D0%BC%D0%B5%D0%](http://medicallaw.org.ua/vydavnytstvo/praktychnyi-posibnyk-prava-liudyny-u-sferi-okhorony-zdorovia/5-zagalna-kharakteristika-pravovoji-sistemi-i-sistemi-okhoroni-zdorovja-ukrajini/54-sistema-okhoroni-zdorovja-zagalnii-ogljad/#:~:text=0%B5%D0%BC%D1%96%D1%8F%20%D0%BC%D0%B5%D0%ogljad/#:~:text=0%B5%D0%BC%D1%96%D1%8F%20%D0%BC%D0%B5%D0%)
7. Про реабілітацію у сфері охорони здоров'я : Закон України від 03.12.2020 р. № 1053-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1053-20#Text>
8. Розвиток менеджменту управлінців в Україні. URL: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=462579>