

В третьем разделе представлена Методика составления бизнес-плана коммерческого банка.

Четвертый раздел является примером составления бизнес-плана на практике.

Каждый раздел курса имеет контрольный тест из 15-25 вопросов. Представлен список вопросов, выносимых на экзаменационную сессию.

Курсовая работа выполняется в виде бизнес-плана по одному из пяти типов: внутренний бизнес-план фирмы; бизнес-план для получения кредитов с целью пополнения оборотных средств; инвестиционный бизнес-план; бизнес-план финансового оздоровления фирмы; финансовый бизнес-план.

Учебное пособие рекомендуется для студентов, обучающихся по специальности «Финансы и кредит» и направления «Экономика», а также может быть полезно для преподавателей экономических специальностей и практических работников в финансовой сфере деятельности.

### **МАРКЕТИНГ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ (учебное пособие)**

Хузиханов Ф.В.

*Казанский государственный медицинский университет, Казань, e-mail: faridx@yandex.ru*

Современное состояние здравоохранения характеризуется рядом негативных моментов, обусловленным недостаточным бюджетным финансированием лечебно-профилактических учреждений (ЛПУ), что не дает им возможности реализовать в полном объеме в необходимом качестве комплекс лечебно-диагностических мероприятий. В связи с этим ЛПУ вынуждены искать пути самофинансирования, среди которых значительное место уделяется платным медицинским услугам. ЛПУ должны изучать состояние спроса населения обслуживаемой ими территории на различные виды медицинской помощи с тем, чтобы выявить неудовлетворенный спрос и организовать внедрение наиболее приоритетных медицинских услуг, для которых имеется лечебно-диагностическая база, квалифицированный персонал и условия для комфортного обслуживания населения. Такие медицинские услуги, оказываемые на платной основе, являются фактором конкурентоспособности ЛПУ на рынке учреждений здравоохранения.

С целью определения перечня видов медицинской помощи экономической службе ЛПУ целесообразно регулярно проводить исследования качества обслуживания населения и одновременно выявлять спрос населения, обращая особое внимание на неудовлетворенный спрос.

Большой опыт преподавания маркетинга на кафедре Общественное здоровье и организация здравоохранения Казанского государственного медицинского университета позволил выделить наиболее, на мой взгляд, актуальные и приоритетные проблемы данного предмета. При рабо-

те над пособием использовались действующие нормативные акты, отечественные и зарубежные литературные источники, методические рекомендации, собственный опыт.

В данном пособии даны основные понятия, виды и цели, этапы развития маркетинга, особенности рынка медицинских услуг, виды спроса и цен на медицинские услуги, маркетинговые коммуникации, методика проведения маркетинговых исследований.

Цель учебного пособия – освоение студентами основных принципов маркетинга, применение маркетинговых подходов в здравоохранении.

Пособие может быть полезно также слушателям системы последипломного профессионального образования, руководителям органов учреждений здравоохранения, частнопрактикующим врачам.

### **МЕНЕДЖМЕНТ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ (учебное пособие)**

Хузиханов Ф.В.

*Казанский государственный медицинский университет, Казань, e-mail: faridx@yandex.ru*

В новых экономических условиях проблема эффективного управления ресурсами является одной из наиболее актуальных в системе здравоохранения России. В решении этого вопроса важную роль играют руководители медицинских учреждений (или его структурных подразделений), работники органов управления здравоохранения, специалисты страховых медицинских компаний и территориальных фондов обязательного медицинского страхования – все те, кто непосредственно участвует в управлении кадровыми, финансовыми и материальными ресурсами здравоохранения.

По оценкам экспертов около 60% (!) руководителей здравоохранения различного уровня не имеют специального образования по организации здравоохранения и основам менеджмента. Назначение на должность руководителя учреждения практикующего врача, а не менеджера, отсутствие базовой специальной подготовки у главных врачей, их многолетний опыт работы, построенный на авторитарных, командно-административных принципах руководства, не позволяют таким руководителям «успевать» за происходящими переменами, тормозят внедрение новых методов управления сферой здравоохранения. В то время как, на современном этапе динамичного развития общества и системы здравоохранения, руководитель должен обладать весьма обширными знаниями в области экономики и организации здравоохранения, разбираться в правовых аспектах трудовых отношений, налогового и финансово-экономического законодательства, владеть компьютерными технологиями, уметь грамотно руководить коллективом, финансовыми ресурсами учреждений