Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

ИНСТИТУТ ОТРАСЛЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Факультет управления в медицине и здравоохранении

УТВЕРЖДЕНА
ученым советом Института отраслевого менеджмента
Протокол от «03» сентября 2019 г.
№ 44

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.10 Маркетинг медицинских услуг

направление подготовки

38.04.02 – Менеджмент

Направленность (профиль) "Управление медицинской организацией"

Квалификация

Магистр

Форма обучения

Заочная

Год набора – 2020

Москва, 2019 г.

Автор–составитель:

Декан факультета управления в медицине и здравоохранении, к.м.н. Л.М. Печатников

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины, ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.В.10 «Маркетинг медицинских услуг» обеспечивает овладение следующей компетенцией с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК ОС-12	Способность оценивать конкурентную среду и разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия	ПК ОС-12.3	Способность разрабатывать маркетинговую стратегию организации

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта) /трудовые /профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
А Ведение статистического учета в медицинской организации А/01.7 – статистический учет в медицинской организации	ПК ОС-12.3	**на уровне знаний:** ключевых понятий, целей и задач использования медицинского маркетинга; основных приемов работы на рынке медицинских услуг; ключевых показателей оценки рынка медицинских услуг; основных моделей потребительского поведения на рынке медицинских услуг; основных моделей ценообразования на медицинские услуги; основных подходов к оценке экономической и коммуникационной эффективности маркетинговых коммуникаций медицинской организации **на уровне умений:** идентифицировать возможности рынка медицинских услуг в терминах потребительских выгод, свободных ниш, зон неудовлетворенности потребителей по исследуемым категориям медицинских услуг; осуществлять анализ маркетинговой среды медицинской организации; сегментировать и выделять целевую аудиторию потребителей; анализировать результаты маркетингового аудита на рынке медицинских услуг; разрабатывать концепции проведения маркетинговых мероприятий;

		управлять поведением потребителей медицинских услуг; разрабатывать маркетинговую стратегию продвижения медицинских услуг **на уровне навыков:** аналитического анализа маркетинговой деятельности медицинской организации; позиционирования бренда медицинской организации; использования современных инструментов, применяемых в проведении маркетинговой деятельности, получения и анализа необходимой информации

2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Вид учебных занятий и самостоятельная работа		**Объем дисциплины, час.**	
		Всего	**Семестр**
			3
Заочная форма обучения			
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		***28***	***28***
лекционного типа (Л)		***4***	***4***
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)			
практического (семинарского) типа (ПЗ)		***24***	***24***
контролируемая самостоятельная работа обучающихся (КСР)			
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		***44***	***44***
Промежуточная аттестация	**форма**	***зачет с оценкой***	***зачет с оценкой***
	час.		
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		***72/2***	***72/2***

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.10 «Маркетинг медицинских услуг» входит в вариативную часть дисциплин блока 1 образовательной программы.

Дисциплина изучается в 3-м семестре.

Освоение дисциплины опирается на изученные дисциплины: Б1.В.06 «Экономическая и финансово-хозяйственная деятельность медицинской организации», Б1.В.03 «Организация и планирование закупок товаров, работ, и услуг в медицинских организациях» и является опорой для прохождения Б2.В.02(Пд) «Преддипломная практика».

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации**
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				Р	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Маркетинг на рынке медицинских услуг	13	1		4		8	О
Тема 2	Маркетинговая среда медицинской организации	15	1		4		10	О, Эс
Тема 3	Рынок медицинских услуг	17	1		6		10	О
Тема 4	Потребительское поведение на рынке медицинских услуг	13	1		4		8	О, Эс
Тема 5	Ценообразование на медицинские услуги	14			6		8	О
Промежуточная аттестация								ЗаО
	Всего:	**72**	**4**		**24**		**44**	

Примечание:
**- формы текущего контроля успеваемости: эссе (Эс), опрос (О);*
*** - форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой (ЗаО).*

Содержание дисциплины

Тема 1. Маркетинг на рынке медицинских услуг

Сущность, принципы, цели, методы и функции маркетинга. Маркетинг и медицинский бизнес. Понятийный аппарат маркетинга медицинских услуг. Организация маркетинговой службы и управление маркетингом в медицинской организации.

Тема 2. Маркетинговая среда медицинской организации

Факторы внешней среды медицинской организации. Внутренняя среда медицинской организации. Оценка факторов внешней среды медицинской организации.

Тема 3. Рынок медицинских услуг

Сущность рынка медицинских услуг. Субъекты рынка медицинских услуг. Критерии и принципы сегментации рынка медицинских услуг. Конкуренция на рынке медицинских услуг. Анализ деятельности конкурентов. Бенчмаркинг как маркетинговый инструмент улучшения качества медицинских услуг.

Тема 4. Потребительское поведение на рынке медицинских услуг

Потребитель на рынке медицинских услуг. Процесс принятия решения потребителем. Факторы выбора потребителем медицинских организаций и врачей. Организационное потребительское поведение на рынке медицинских услуг.

Тема 5. Ценообразование на медицинские услуги

Ценовая политика медицинской организации. Факторы, влияющие на ценообразование на медицинские услуги. Стратегии ценообразования на медицинские услуги.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.10 «Маркетинг медицинских услуг» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа:
при чтении лекций используется объяснительно-иллюстративный метод с элементами проблемного изложения учебной информации (монологической, диалогической или эвристической);

- при проведении занятий семинарского типа:
опрос, эссе;

- при контроле результатов самостоятельной работы студентов:
опрос.

4.1.2. Зачет с оценкой проводится с применением устного опроса.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Типовые темы эссе

1. Анализ поведения потребителей медицинских услуг.
2. Определение рынка медицинских услуг.
3. Понятие конкуренции.
4. Основные черты рынка в зависимости от вида конкуренции и подходы по внедрению рыночной ориентации.
5. Процесс управления маркетингом.
6. Основные принципы маркетинга в здравоохранении.
7. Бенчмаркинг как маркетинговый инструмент улучшения качества медицинских услуг.
8. Конкуренция на рынке медицинских услуг. Анализ деятельности конкурентов.

Типовые темы опроса

1. Понятие услуги с учетом законодательства и систем международной и отечественной стандартизации.
2. Разделение услуг на типы и категории предложения услуг.
3. Классификация услуг.
4. Отличительные черты услуг и их маркетинговое значение.
5. Понятие услуги как товара.
6. Особенности рынка медицинских услуг.
7. Понятие конкуренции.
8. Зарубежный опыт маркетинга медицинских услуг.
9. Маркетинг и медицинский бизнес. Понятийный аппарат маркетинга медицинских услуг.
10. Субъекты рынка медицинских услуг.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа формирования компетенции
ПК ОС-12	Способность оценивать конкурентную среду и разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия	ПК ОС-12.3	Способность разрабатывать маркетинговую стратегию организации

4.3.2 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК ОС-12.3	Освоение основ операционного и стратегического маркетингового планирования; формирование навыков составления операционного маркетингового плана предприятия; развитие навыков оценки эффективности текущих маркетинговых планов предприятия и внесения корректировок в них в случае выявления недостаточной эффективности	Знает основы операционного и стратегического маркетингового планирования; умеет формировать операционный маркетинговый план предприятия; владеет навыками оценки эффективности текущих маркетинговых планов предприятия и внесения корректировок в них в случае выявления недостаточной эффективности

4.3.3. Типовые контрольные задания или иные материалы (типовые оценочные материалы), необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

При ответе на вопрос
сформулируйте и обоснуйте свою позицию, приведите конкретные примеры:

1. Маркетинговая среда ЛПУ: факторы внешней и внутренней среды медицинской организации
2. 4 Р маркетинг- микса ЛПУ: особенности, содержание и составляющие комплекса маркетинга медицинских услуг
3. Стимулирование сбыта медицинских услуг. Особенности, проблемы и перспективы стимулирования сбыта платных медицинских услуг в России.
4. Прямой маркетинг и личные продажи платных медицинских услуг. Особенности, проблемы и перспективы прямого маркетинга и личных продаж платных медицинских услуг в России.
5. Персональный брендинг врача: особенности, проблемы и перспективы.
6. Стратегии позиционирования частных ЛПУ на рынке медицинских услуг.
7. Ценовая политика ЛПУ: факторы, влияющие на ценообразование и стратегии ценообразования на медицинские услуги
8. Процесс принятия решения потребителем на рынке медицинских услуг.

9. Факторы, влияющие на выбор потребителем ЛПУ и врачей.
10. Организационное потребительское поведение на рынке медицинских услуг.
11. Организация маркетинговой службы и управление маркетингом в частном ЛПУ.
12. Современное состояние и проблемы развития маркетинга в российских государственных и частных ЛПУ.

Шкала оценивания

Оценка	Требования к знаниям
Зачтено с оценкой 5, «отлично»	Зачтено с оценкой «отлично» выставляется студенту: **на уровне знаний:** ключевых понятий, целей и задач использования медицинского маркетинга; основных приемов работы на рынке медицинских услуг; ключевых показателей оценки рынка медицинских услуг; основных моделей потребительского поведения на рынке медицинских услуг; основных моделей ценообразования на медицинские услуги; основных подходов к оценке экономической и коммуникационной эффективности маркетинговых коммуникаций медицинской организации **на уровне умений:** идентифицировать возможности рынка медицинских услуг в терминах потребительских выгод, свободных ниш, зон неудовлетворенности потребителей по исследуемым категориям медицинских услуг; осуществлять анализ маркетинговой среды медицинской организации; сегментировать и выделять целевую аудиторию потребителей; анализировать результаты маркетингового аудита на рынке медицинских услуг; разрабатывать концепции проведения маркетинговых мероприятий; управлять поведением потребителей медицинских услуг; разрабатывать маркетинговую стратегию продвижения медицинских услуг **на уровне навыков:** аналитического анализа маркетинговой деятельности медицинской организации; позиционирования бренда медицинской организации; использования современных инструментов, применяемых в проведении маркетинговой деятельности, получения и анализа необходимой информации
Зачтено с оценкой 4, «хорошо»	Зачтено с оценкой «хорошо» выставляется студенту: **на уровне знаний:** ключевых понятий, целей и задач использования медицинского маркетинга; основных приемов работы на рынке медицинских услуг; ключевых показателей оценки рынка медицинских услуг; основных моделей потребительского поведения на рынке медицинских услуг;

	основных моделей ценообразования на медицинские услуги; основных подходов к оценке экономической и коммуникационной эффективности маркетинговых коммуникаций медицинской организации **на уровне умений:** идентифицировать возможности рынка медицинских услуг в терминах потребительских выгод, свободных ниш, зон неудовлетворенности потребителей по исследуемым категориям медицинских услуг; осуществлять анализ маркетинговой среды медицинской организации; сегментировать и выделять целевую аудиторию потребителей; анализировать результаты маркетингового аудита на рынке медицинских услуг; разрабатывать концепции проведения маркетинговых мероприятий; управлять поведением потребителей медицинских услуг; разрабатывать маркетинговую стратегию продвижения медицинских услуг
Зачтено с оценкой 3, «удовлетворительно»	Зачтено с оценкой «удовлетворительно» выставляется студенту: **на уровне знаний:** ключевых понятий, целей и задач использования медицинского маркетинга; основных приемов работы на рынке медицинских услуг; ключевых показателей оценки рынка медицинских услуг; основных моделей потребительского поведения на рынке медицинских услуг; основных моделей ценообразования на медицинские услуги; основных подходов к оценке экономической и коммуникационной эффективности маркетинговых коммуникаций медицинской организации **на уровне навыков:** аналитического анализа маркетинговой деятельности медицинской организации; позиционирования бренда медицинской организации; использования современных инструментов, применяемых в проведении маркетинговой деятельности, получения и анализа необходимой информации
Не зачтено 2, «неудовлетворительно»	Оценка «не зачтено» выставляется студенту: **на уровне знаний:** ключевых понятий, целей и задач использования медицинского маркетинга; основных приемов работы на рынке медицинских услуг; ключевых показателей оценки рынка медицинских услуг; основных моделей потребительского поведения на рынке медицинских услуг; основных моделей ценообразования на медицинские услуги; основных подходов к оценке экономической и коммуникационной эффективности маркетинговых коммуникаций медицинской организации

4.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Студент должен выполнить все задания и мероприятия, предусмотренные программой дисциплины (по формам текущего контроля). В случае наличия учебной задолженности студент отрабатывает пропущенные занятия в соответствии с требованиями. Оценка студента носит комплексный характер и определяется:
- ответом на зачете с оценкой;
- учебными достижениями в семестровый период.

Зачет с оценкой проводится в устной форме: устные ответы на вопросы билета (опрос).

Процедура проведения зачета с оценкой.

Обучающийся для сдачи зачета с оценкой предъявляет экзаменатору свою зачетную книжку, получает чистые маркированные листы бумаги для подготовки к ответу. Время подготовки к ответу - 30 минут.

По истечении отведенного времени обучающийся докладывает экзаменатору о готовности и с его разрешения или по вызову отвечает устно на вопросы билета.

По окончании ответа на вопросы экзаменатор может задавать обучающемуся дополнительные и уточняющие вопросы в пределах учебного материала, вынесенного на зачет с оценкой.

Результат по сдаче зачета с оценкой объявляется студентам после ответа, вносится в аттестационную ведомость и в зачетную книжку. Оценка «не зачтено» проставляется только в ведомости.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Преподаватель информирует обучающихся о применяемой системе текущего контроля успеваемости на первом занятии, а также доводит до обучающихся информацию о результатах текущего контроля успеваемости во время аудиторных занятий и консультаций.

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, т.к. она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:
- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:
- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:
- внимательно прочитайте материал лекций, относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;

- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка зачету с оценкой. К зачету с оценкой необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале изучения учебной дисциплины познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:
- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов для зачета с оценкой.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета с оценкой.

6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины, ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Столяров, С. А. Менеджмент в здравоохранении: учебник для вузов / С. А. Столяров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 764 с. — (Специалист). — ISBN 978-5-534-10638-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/430971
2. Социальная медицина: учебник для вузов / А. В. Мартыненко [и др.] ; под редакцией А. В. Мартыненко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 375 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10582-7. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450103
3. Фармацевтический маркетинг: учебное пособие для вузов / Н. И. Суслов, М. Е. Добрусина, А. А. Чурин, Е. А. Лосев. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 319 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00332-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451219

6.2. Дополнительная литература

1. Решетников, М. М. Трудности и типичные ошибки начала терапии: практическое пособие / М. М. Решетников. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 152 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-06604-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/453526
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 404 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-

9916-9070-6. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/433737
3. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 474 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3749-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/426253

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Ильина, И. В. Медицинская реабилитация. Практикум: учебное пособие для вузов / И. В. Ильина. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 393 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01250-7. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/452961

6.4. Нормативные правовые документы

Не используются.

6.5. Интернет-ресурсы

1. Информационно-правовая система «Контроль качества медицинской помощи» http://online.forum-media.ru/med_control/
2. Национальный союз региональных объединений частной системы здравоохранения. URL: http://www.privatmed.ru/article/37/239/716/

6.6. Иные источники

1. Малахова Н.Г. Маркетинг в здравоохранении: учебное пособие. – М: Феникс, 2010.
2. Восколович, Н. А. Экономика платных услуг: учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 410 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08762-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/452576

7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Для обеспечения обучения студентов по дисциплине Академия располагает следующей материально-технической базой:

- лекционными аудиториями, оборудованными видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет;
- помещениями для проведения семинарских и практических занятий, оборудованными учебной мебелью;
- библиотекой, имеющей рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Академия проводит постоянную работу по созданию и системному улучшению условий получения образования людьми с ограниченными возможностями здоровья. В настоящее время здания и территории Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери,

соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации.

Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

Bloomberg
EBSCO Publishing
eLIBRARY.RU
Emerging Markets Information Service
Google Scholar (Google Академия)
IMF eLibrary -
JSTOR
New Palgrave Dictionary of Economics – Электронный словарь.
OECD iLibrary
Oxford Handbooks Online
Polpred.com Обзор СМИ
Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике;
SCOPUS
Web of Science
Wiley Online Library
World Bank Elibrary
Архивы научных журналов NEICON
Интернет-сервис «Антиплагиат»
Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»
ЭБС Издательства "Лань"
ЭБС Юрайт