

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

**Институт государственной службы и управления
Факультет государственного управления экономикой
Кафедра труда и социальной политики**

Утверждена
ученым советом РАНХиГС
(в составе ОП ВО)
Протокол № _____
от «__» _____ 201__ г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.6.1.«Выставочная и рекламная деятельность в сфере здраво-
охранения»**

по направлению подготовки
38.04.04 Государственное и муниципальное управление
Организация и управление в здравоохранении

Магистр

Заочная форма заочная

Москва, 2015 г.

Автор–составитель:

д.э.н., профессор

Храпылина Л.П.

РАССМОТРЕНА И РЕКОМЕНДОВАНА для использования в учебном процессе кафедрой
труда и социальной политики

Протокол от «____» _____ 201____ г. № _____

Заведующий кафедрой
труда и социальной политики,
д.э.н., профессор

Калашников С.В.

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Цель и задачи дисциплины	4
2.	Планируемые результаты обучения по дисциплине.....	4
3.	Место дисциплины в структуре ОП ВО.....	6
4.	Объем дисциплины	6
5.	Содержание и структура дисциплины	7
6.	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	
7.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	
8.	Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине	
9.	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	
	9.1. Основная литература.....	
	9.2. Дополнительная литература.....	
	9.3. Нормативные правовые документы.....	
	9.4. Интернет-ресурсы, справочные системы.....	
10.	Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины.....	

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины: дать представление о специфике, целях, задачах, нормативно-правовых основах выставочной и рекламной деятельности в сфере здравоохранения, технологиях организации этой деятельности, государственной поддержке некоммерческих организаций и социального предпринимательства в сфере здравоохранения в России; выработка навыков организации и управления включения некоммерческих организаций и социального предпринимательства в предоставление услуг в сфере здравоохранения.

Задачи:

- формирование теоретических и правовых основ выставочной и рекламной деятельности в сфере здравоохранения;
- формирование способности вырабатывать решения, учитывающие правовую и нормативную базу, в том числе применительно к выставочной и рекламной деятельности в сфере здравоохранения;
- формирование знаний и умений, касающихся оценки международного и отечественного опыта развития выставочной и рекламной деятельности;
- выработка умений оценивать международный и отечественный опыт развития здравоохранения и применять его на практике, в том числе в выставочной и рекламной деятельности;
- выработка навыков взаимодействия с представителями бизнеса и гражданского общества в целях создания и реализации проектов и программ в сфере здравоохранения, в том числе в выставочной и рекламной деятельности.

2. 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Дисциплина «**Выставочная и рекламная деятельность в сфере здравоохранения**» в соответствии с ФГОС ВО направлена на формирование общепрофессиональных, профессиональных и специальных компетенций, соотнесенных с компетентностной моделью выпускника по данной ОП ВО.

Формируемые компетенции и планируемые результаты обучения - знания, умения и навыки представлены в таблице 1

Таблица 1

Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Таблица 1.

Код компетенции	Содержание компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-6	способность понимать современные тенденции развития политических процессов в мире, мировой экономики и глобализации, ориентироваться в вопросах международной конкуренции	<p>Знать:</p> <p>31 – теоретические основы и современные концепты развития политических процессов в мире, мировой экономики и глобализации, ориентироваться в вопросах международной конкуренции</p> <p>32 – специфику современных тенденций развития политических процессов в мире, мировой экономики и глобализации, ориентироваться в вопросах международной конкуренции</p> <p>33 – знать специфику современные тенденции развития политических процессов в мире, мировой экономики и глобализации, ориентироваться в вопросах международной конкуренции в сфере здравоохранения;</p> <p>Уметь:</p> <p>У1- анализировать и аргументированно представлять свою позицию относительно понимания современных тенденций развития политических процессов в мире, мировой экономики и глобализации, ориентироваться в вопросах международной конкуренции, в том числе в</p>

Код компетенции	Содержание компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
		<p>сфере здравоохранения;</p> <p>Владеть: В1 – навыками анализа и аргументированного представления своей позиции, касающейся современных тенденций развития политических процессов в мире, мировой экономики и глобализации, ориентироваться в вопросах международной конкуренции, в том числе в сфере здравоохранения и использовать;</p>
СК-8	владение навыками взаимодействия с представителями бизнеса и гражданского общества в целях создания и реализации проектов и программ в сфере здравоохранения	<p>Знать: 31 – теоретические и правовые основы взаимодействия с представителями бизнеса и гражданского общества в целях создания и реализации проектов и программ в сфере здравоохранения; 32 – методы взаимодействия с представителями бизнеса и гражданского общества в целях создания и реализации проектов и программ в сфере здравоохранения;</p> <p>Уметь: У1 – применять методы взаимодействия с представителями бизнеса и гражданского общества в целях создания и реализации проектов и программ в сфере здравоохранения;</p> <p>Владеть: В1 – навыками использования методов взаимодействия с представителями бизнеса и гражданского общества в целях создания и реализации проектов и программ в сфере здравоохранения; В2 – навыками взаимодействия с представителями бизнеса и гражданского общества в целях создания и реализации проектов и программ в сфере здравоохранения;</p>
СК- 14	владение методами организации выставочной деятельности и PR-акций в сфере здравоохранения и реабилитационной индустрии	<p>Знать: 31 – теоретические и прикладные основы организации выставочной деятельности и PR-акций в сфере здравоохранения и реабилитационной индустрии; 32 – методы организации выставочной деятельности и PR-акций в сфере здравоохранения и реабилитационной индустрии; 33 – организационно-управленческие, административно-технологические и нормативно-правовые аспекты организации выставочной деятельности и PR-акций в сфере здравоохранения и реабилитационной индустрии;</p> <p>Уметь: У1 – применять методы организации выставочной деятельности и PR-акций в сфере здравоохранения и реабилитационной индустрии;</p> <p>Владеть: В1 – навыками применения в практике методов организации выставочной деятельности и PR-акций в сфере здравоохранения и реабилитационной индустрии</p>

3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.6.1 «Выставочная и рекламная деятельность в сфере здравоохранения» относится к дисциплинам вариативной части профессионального цикла дисциплин программы магистерской подготовки, изучается на втором и третьем курсах.

Содержание курса является логическим продолжением содержания дисциплин Б.1Б.1 «Экономика общественного сектора», Б.1 Б.2 «Теория и механизмы современного государственного управления», Б1.Б.6 «Управление в социальной сфере», Б1.В.ОД.1 «Государственная социальная политика», Б1.В.ОД.3 «Современная политика государства в сфере здравоохранения», и служит основой для освоения курсов специальной части профессионального цикла.

4. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, всего - 108 часов. Трудоемкость дисциплины в соответствии с учебным планом заочной формы обучения представлена в таблице 2.

Таблица 2. (заочная форма обучения)

Вид учебных занятий и самостоятельная работа		Объем дисциплины (модуля), час.			
		Всего	курс		
			1	2	3
Заочная форма обучения					
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		16		2	14
лекционного типа (Л)		4		2	2
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)		-		-	
практического (семинарского) типа (ПЗ)		12		-	12
контролируемая самостоятельная работа обучающихся (КСР)		-		-	
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		88		70	18
Промежуточная аттестация	форма	зачет		-	зачет
	час.	4		-	4
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		108/3		72/2	36/1

5. Содержание и структура дисциплины

Содержание дисциплины соотносится с планируемыми результатами обучения по дисциплине через задачи, формируемые компетенции и их компоненты (знания, умения, навыки) представлено в таблице 3.

Таблица 3.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)	Коды компетенций	Коды ЗУН (в соответствии с табл. 1)
Раздел 1 Теоретические и прикладные аспекты выставочной деятельности и их особенности в сфере здравоохранения				
1.1	Теоретические аспекты выставочной деятельности в сфере здравоохранения	Исторический экскурс в выставочную деятельность. Современные концепции выставочной деятельности: понятие, цели, задачи, технологии. Конгрессная деятельность: понятие, цели, задачи, технологии. Особенности выставочной деятельности в здравоохранении. Зарубежный и отечественный опыт выставочной деятельности в сфере здравоохранения.	ПК-6 СК – 8 СК-14	31, 32, 33, У1, В1 31, 32, 33, У1, В1, В2 31, 32, 33, У1, В1

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)	Коды компетенций	Коды ЗУН (в соответствии с табл. 1)
1.2.	Выставочный бизнес	Выставочный бизнес: понятие, цели, задачи, технологии. Выставочные центры: понятие, классификация, предназначение разных видов центров. Услуги, предоставляемые выставочными центрами. Характеристики отдельных наиболее востребованных услуг: дизайн и монтаж выставочных стендов, проведение рекламной кампании экспонента, информационная поддержка участников выставки.	СК-8	31, 32, 33, У1, В1, В2
1.3.	Нормативно-правовое регулирование выставочной деятельности	Особенности нормативного регулирования выставочной деятельности в России. Положения законодательных актов, регулирующих выставочную деятельность, общего характера, нормативных правовых актов Правительства Российской Федерации, федеральных органов исполнительной власти и органов власти субъектов Российской Федерации. Распоряжение Правительства РФ от 10.07.2014 N 1273-р «Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации». Направления деятельности по реализации Концепции. Международное право в области выставочной деятельности.	СК-8	31, 32, 33, У1, В1, В2
1.4.	Государственный и общественный контроль в области выставочной деятельности	Организация контроля в области выставочной деятельности. Роль отдельных уполномоченных структур: Комиссии Правительства Российской Федерации по выставочно-ярмарочной деятельности, выставочных комитетов при органах власти субъектов федерации и общественных организаций. Межгосударственные комитеты по выставочно-ярмарочной деятельности. Деятельность Союза выставок и ярмарок и различных региональных структур (координационных советов, гильдий, ассоциаций). Экологический контроль и контроль достоверности выставочной информации.	ПК-6 СК – 8 СК-14	31, 32, 33, У1, В1 31, 32, 33, У1, В1, В2 31, 32, 33, У1, В1
Раздел 2 Теоретические и прикладные аспекты рекламной деятельности и их особенности в сфере здравоохранения				

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)	Коды компетенций	Коды ЗУН (в соответствии с табл. 1)
2.1.	Теоретические и прикладные аспекты рекламной деятельности в сфере здравоохранения	Исторический экскурс в развитие рекламной деятельности. Теоретические основы рекламной деятельности: базовые термины, принципы, цели, задачи, технологии социальные и экономические эффекты.	ПК-6 СК – 8 СК-14	31, 32, 33, U1, B1 31, 32, 33, U1, B1, B2 31, 32, 33, U1, B1
2.2	Правое регулирование рекламной деятельности.	Основные законодательные акты, регулирующие отношения в рекламной деятельности. Ключевые положения. Конституции и кодексов РФ о рекламе,. Общая характеристика Федерального закона "О рекламе", его цели и область применения. Нормативно-правовые основы защиты от недобросовестной конкуренции в области рекламы Особенности распространения законодательства на иностранных юридических лиц, а так же на граждан без гражданства размещающих рекламу на территории России. Ненадлежащая реклама и контрреклама в выставочной деятельности	ПК-6 СК – 8 СК-14	31, 32, 33, U1, B1 31, 32, 33, U1, B1, B2 31, 32, 33, U1, B1
2.3.	Функции рекламы	Современные функции рекламы. Экономическая функция рекламы и ее социальная ориентированность. Экономические и этические аспекты роли рекламы в создании и распространении сведений о товарах, услугах, работах и их производителях. Воздействие рекламы на потребительский процесс и, удовлетворение потребностей разных заинтересованных лиц. Просветительское, образовательное и воспитательное воздействие рекламы на человека.	ПК-6 СК – 8 СК-14	31, 32, 33, U1, B1 31, 32, 33, U1, B1, B2 31, 32, 33, U1, B1
2.4	Ограничения в области рекламы медицинских услуг, изделий и лекарственных средств	Причины ограничений в области рекламы медицинских услуг, изделий и лекарственных средств. Основные положения об ограничениях, содержащиеся в Федеральных законах "О наркотических средствах и психотропных веществах", "О лекарственных средствах", «О рекламе» и др. Международный опыт рекламы медицинских услуг, изделий и лекарственных средств	ПК-6 СК – 8 СК-14	31, 32, 33, U1, B1 31, 32, 33, U1, B1, B2 31, 32, 33, U1, B1

В Таблице 4 раскрывается структура дисциплины с указанием количества академических часов и видов учебных занятий, а также формы текущего контроля и промежуточной аттестации.

Таблица 4.

Структура дисциплины (модуля)

Структура дисциплины (модуля)									
№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости ⁴ , промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР		
			Л	ЛР	ПЗ	КСР			
Заочная форма обучения									
1	Теоретические и прикладные аспекты выставочной деятельности в сфере здравоохранения	2	2					12	
1.1.	Теоретические аспекты выставочной деятельности в сфере здравоохранения	4				4		28	О, Д, Т
1.2.	Выставочный бизнес	2				2		8	О, Д
1.3.	Нормативно-правовое регулирование выставочной деятельности	2				2		6	О, Д
1.4.	Государственный и общественный контроль в области выставочной деятельности								
2	Раздел 2 Теоретические и прикладные аспекты рекламной деятельности и их особенности в сфере здравоохранения	10	2			8		58	О, Д, Т
2.1	Теоретические и прикладные аспекты рекламной деятельности в сфере здравоохранения		2					6	О, Д
2.2	Правовое регулирование рекламной деятельности.					2		6	О, Д
2.3	Функции рекламы					2		6	О, Д
2.4	Ограничения в области рекламы медицинских услуг, изделий и лекарственных средств					2		6	О, Д
Промежуточная аттестация		4							Зачет
Всего:		20	4	0	12			52	

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Виды самостоятельной работы:

- подготовка к практическим занятиям;
- подготовка к промежуточной аттестации;
- изучение специализированной научной литературы;
- индивидуальные консультации с преподавателями по вопросам курса
- подготовка к зачету.

Подготовка к практическим занятиям предусматривает:

повторение лекционного материала,

изучение рекомендуемых источников (из списка литературы) для успешного выполнения заданий на семинарах-практикумах и разбора конкретных ситуаций.

При подготовке к промежуточной аттестации повторяется лекционный материал и материалы практических занятий, соответствующие разделы учебников, изучаются дополнительные источники из списка литературы, нормативные правовые акты.

**Перечень вопросов для промежуточного контроля
по курсу «Выставочная и рекламная деятельность в сфере здравоохранения»**

1. Продолжите текст «Реклама – это..)
2. Характеристика российского отраслевого законодательства, содержащего вопросы выставочно-ярмарочной деятельности в сфере здравоохранения.
3. Новые подходы к конгрессной деятельности по проблематике здравоохранения
4. Правовое регулирование авторских и смежных прав применительно к выставочной и рекламной деятельности.
5. Правовое регулирование социальной рекламы.
6. Особенность регулирования рекламы выставок и ярмарок на ТВ, и радио.
7. Регулирование размещения рекламы выставок и ярмарок в печатных средствах.
8. Законодательство о размещении наружной рекламы.
9. Права и обязанности участников выставочной деятельности.
10. Права и обязанности организаторов и участников рекламной деятельности
11. Условия заключения и прекращение договоров между субъектами выставочного процесса.
12. Полномочия антимонопольного органа по регулированию выставочного процесса.
13. Ответственность за ненадлежащую рекламу и незаконную выставочно-ярмарочную деятельность.
14. Уголовная ответственность за заведомо ложную рекламу и незаконную выставочно-ярмарочную деятельность.
15. Процедура осуществления контррекламы.
16. Юридическая защита пострадавших от незаконной выставочно-ярмарочной деятельности.
17. Роль антимонопольного органа в правовом регулировании выставочно-ярмарочной деятельности.
18. Роль исполнительных органов в регулировании выставочно-ярмарочной деятельности.
19. Международные акты в сфере выставочно-ярмарочной деятельности.
20. Отраслевые и региональные нормативы регулирования выставочно-ярмарочной деятельности.
21. Общеправовые основания, используемые в правовом регулировании выставочно-ярмарочной деятельности
22. Защита прав несовершеннолетних в производстве рекламного продукта.
23. Права и взаимные обязанности устроителей выставок и посетителей.
24. Условия заключения договоров между субъектами выставочной деятельности.
25. Условия прекращения договоров между субъектами выставочного процесса
26. Контроль за рекламной и выставочной деятельностью в сфере здравоохранения: сущность, цели, задачи, институты.
27. Технологии контроля рекламной и выставочной деятельности в сфере здравоохранения.
28. Реестр недобросовестных поставщиков услуг и его использование в целях предотвращения недобросовестной рекламы.
29. Проектные технологии, используемые в выставочной деятельности в сфере здравоохранения.

охранения.

30. Роль общественно-профессиональных сообществ в предотвращении недобросовестной рекламы в сфере здравоохранения.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Занятия по дисциплине представлены следующими видами работ: лекциями, практическими занятиями, самостоятельной работой обучающихся.

На практических занятиях обучающиеся должны освоить методологию и методику управления в социальной сфере;

В рамках самостоятельной работы обучающиеся должны самостоятельно подготовить вопросы к практическим занятиям: провести обзор интернет-сайтов, периодической литературы и профессиональных изданий, разработать каталог интернет-ресурсов, осуществить подготовку к семинару, дискуссии (круглому столу), подготовку к зачету

Текущий контроль знаний по дисциплине «Выставочная и рекламная деятельность в сфере здравоохранения» проводится в соответствии с Уставом Академии, Положением о текущей аттестации студентов по программам ВО и является обязательным.

Текущий контроль знаний по дисциплине «Выставочная и рекламная деятельность в сфере здравоохранения» проводится в форме опроса и контрольных мероприятий (тестирования) по оцениванию фактических результатов обучения.

Объектами оценивания выступают:

- учебная работа студентов по освоению дисциплины (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

Активность обучающегося на занятиях оценивается по его выступлениям на практических занятиях, дискуссиях, круглых столах.

Кроме того, оценивание студента проводится на контрольной неделе в соответствии с распоряжением директора Института. Оценивание студента на контрольной неделе проводится преподавателем независимо от наличия или отсутствия студента (по уважительной или неуважительной причине) на занятии. Оценка носит комплексный характер, учитывает посещаемость и достижения обучающегося по основным компонентам учебного процесса за текущий период. Оценивание обучающегося на контрольной неделе осуществляется по балльно-рейтинговой системе с выставлением оценок в ведомости и указанием количества пропущенных занятий.

Рекомендации по подготовке к выступлению на практическом занятии, диспуте, дискуссии, (круглом столе):

Подготовка к выступлению на практическом занятии, дискуссии, круглом столе представляет собой проектирование студентом обсуждения в группе в форме дискуссии. В этих целях студенту необходимо:

- самостоятельно выбрать тему (проблему) дискуссии;
- разработать вопросы, продумать проблемные ситуации (с использованием периодической, научной литературы, а также интернет-сайтов);
- разработать план-конспект обсуждения с указанием времени обсуждения, вопросов, вариантов ответов;

8. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Выставочная и рекламная деятельность в сфере здравоохранения» проводится в соответствии с Уставом Академии,

Положением о промежуточной аттестации студентов по программам высшего образования. Промежуточная аттестация предусмотрена учебным планом в форме устного зачета.

**Вопросы для подготовки к зачёту по дисциплине
«Выставочная и рекламная деятельность в сфере здравоохранения»:**

1. Основные положения базовых нормативно-правовых документов, регулирующих рекламную деятельность, касающуюся медицинских товаров и услуг
2. Особенности организации выставок сфере здравоохранения
3. Современные тренды в рекламе
4. Распределение полномочий органов власти в области выставочной деятельности в сфере здравоохранения и ее контроля
5. Состояние и перспективы развития нормативно-правового регулирования выставочной деятельности в России
6. Проектная деятельность по организации выставок в сфере здравоохранения
7. Экономическая функция выставочной деятельности
8. Социальная функция выставочной деятельности
9. Выставочный бизнес
10. Механизмы обеспечения защиты прав потребителя от недобросовестной рекламы, касающейся медицинских товаров и услуг
11. Международная выставочная деятельность
12. Зарубежный опыт выставочной деятельности в сфере здравоохранения.
13. Выставочные центры и их роль
14. Особенности нормативного регулирования выставочной деятельности в России.
15. Положения законодательных актов общего характера, регулирующих выставочную деятельность
16. Положения нормативных правовых актов Правительства Российской Федерации, регулирующих выставочную деятельность
17. Положения нормативных правовых актов федеральных органов исполнительной власти и органов власти субъектов Российской Федерации, регулирующих выставочную деятельность
18. Ключевые положения «Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации».
19. Направления деятельности по реализации «Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации».
20. Международное право в области выставочной деятельности.
21. Экономические и этические аспекты роли рекламы в создании и распространении сведений о товарах, услугах, работах и их производителях в сфере здравоохранения.
22. Воздействие рекламы на потребительский процесс и, удовлетворение потребностей разных заинтересованных лиц.
23. Просветительское, образовательное и воспитательное воздействие рекламы на человека.
24. Причины ограничений в области рекламы медицинских услуг, изделий и лекарственных средств.
25. Основные положения об ограничениях рекламы, содержащиеся в Федеральном законе "О наркотических средствах и психотропных веществах",
26. Основные положения об ограничениях рекламы, содержащиеся в Федеральном законе "О лекарственных средствах",
27. Основные положения об ограничениях рекламы, касающиеся здравоохранения, содержащиеся в Федеральном законе «О рекламе».
28. Международный опыт рекламы медицинских услуг, изделий и лекарственных средств.
29. Роль институтов гражданского общества в контроле за рекламой.

30. Этические аспекты рекламы и выставочной деятельности в сфере здравоохранения.

Показатели, критерии и оценивание компетенций, формируемых при освоении дисциплины по этапам их формирования, приводятся в таблице 5.

Таблица 5.

Показатели, критерии и оценивание компетенций по этапам их формирования

Наименование темы (раздела)	Код компетенции	Код ЗУН	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Оценка (баллы)
Раздел 1. Теоретические и прикладные аспекты выставочной деятельности в сфере здравоохранения			1. Теоретические и прикладные знания	1.1. Студент доказал сформированность компетенций, предусмотренных ФГОС, владеет теоретическим материалом по теме.	5 «отлично» 6-7
Теоретические аспекты выставочной деятельности в сфере здравоохранения				1.2. Грамотное изложение материала по теме, не допускает существенных неточностей. Возможны затруднения с приведением примеров.	4 «хорошо» 4-5
Выставочный бизнес	СК-8	31, 32, 33, У1, В1, В2			
Нормативно-правовое регулирование выставочной деятельности	СК-8	31, 32, 33, У1, В1, В2		1.4. Большая часть теоретического материала не усвоена, существенные затруднения в аргументации выводов.	2 «неудовлетворительно» 1
Государственный и общественный контроль в области выставочной деятельности	ПК-6 СК – 8 СК-14	31, 32, 33, У1, В1 31, 32, 33, У1, В1, В2 31, 32, 33, У1, В1	2. Сформированность умений и навыков	2.1. Умение связать теоретические знания с практикой. Способность применять нестандартные решения.	5 «отлично» 6-7
Раздел 2 Теоретические и прикладные аспекты рекламной деятельности и их особенности в сфере здравоохранения				2.2. Владеет теоретической базой, но вызывает затруднения выполнение практических работ и решение практических вопросов и задач	4 «хорошо» 4-5
Теоретические и прикладные аспекты рекламной деятельности в сфере здравоохранения	ПК-6 СК – 8 СК-14	31, 32, 33, У1, В1 31, 32, 33, У1, В1, В2		2.3. Затруднения при решении практических задач, некоторые затруднения в теоретической базе.	3 «удовлетворительно» 3-2

		31, 32, 33, У1, В1			
Правое регулирование рекламной деятельности.	ПК-6	31, 32, 33, У1, В1		2.4. Практические задания, задачи не выполняются	2 «неудовлетворительно» 1
	СК – 8	31, 32, 33, У1, В1, В2			
	СК-14	31, 32, 33, У1, В1			
Функции рекламы	ПК-6	31, 32, 33, У1, В1	3. Коммуникативные навыки	3.1. Грамотно излагает материал, соблюдает нормы речи, ответ четкий и логически выстроен	5 «отлично» 5-6
	СК – 8	31, 32, 33, У1, В1, В2			
	СК-14	31, 32, 33, У1, В1			
Ограничения в области рекламы медицинских услуг, изделий и лекарственных средств	ПК-6	31, 32, 33, У1, В1		3.2. Ответ четкий, но логическая последовательность ответа нарушена	4 «хорошо» 3-4
	СК – 8	31, 32, 33, У1, В1, В2		3.3. Недостаточно логично выстроен ответ, испытывает затруднения при изложении материала	3 «удовлетворительно» 2
	СК-14	31, 32, 33, У1, В1		3.4. Нормы речи отсутствуют, логическое построение изложения материала отсутствует	2 «неудовлетворительно» 1

Методические материалы по процедуре оценивания

Выполнение всех заданий текущего контроля является обязательным для всех обучающихся. Обучающиеся, не выполнившие в полном объеме все эти задания, не допускаются к сдаче зачета.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе бально-рейтинговой системы:

50% из 100% (или 50 баллов из 100) - вклад по результатам участия в практических занятиях

30% из 100 (или 30 баллов из 100) - вклад по результатам тестирования.

20% из 100% (или 20 баллов из 100) - вклад в итоговую оценку по результатам зачета;

Шкала перевода оценки из многобалльной системы в пятибалльную:

– обучающемуся выставляется оценка «неудовлетворительно» если обучающийся

набрал менее 50 баллов,

– оценка «удовлетворительно» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 50 до 65 баллов;

– оценка «хорошо» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 66 до 75 баллов;

– оценка «отлично» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 76 до 100 баллов;

– 100 баллов выставляется при условии выполнения всех требований, а также при обязательном проявлении творческого отношения к предмету, умении находить оригинальные, не содержащиеся в учебниках ответы, умении работать с источниками, которые содержатся дополнительной литературе к курсу, умении соединять знания, полученные в данном курсе со знаниями других дисциплин.

К сдаче зачета допускаются студенты, набравшие не менее 50 баллов по итогам текущей аттестации. Оценка промежуточной аттестации по дисциплине проставляется в приложении к диплому.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

9.1.Основная литература:

1. Петелин В.Г. Основы менеджмента выставочной деятельности: учебник. М.: Юнити-Дана, 2012. - 447 с.
2. Панкратов Ф. Г., Баженов Ю. К., Серегина Т. К., Шахурин В. Г. Рекламная деятельность: Учебник для студентов высших учебных заведений. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2004. - 364 с.
3. Григорьева Н.С., Чубарова Т.В. Современное здравоохранение: политика экономика, управление. М.; Авторская академия, 2013. – 344с.: ил.
4. Государственная и муниципальная социальная политика. Курс лекций: учебное пособие / коллектив авторов; под общ. ред. Н.А. Волгина. - М.: КНОРУС, 2013. — 1014 с.
5. Тематические статьи в журналах «Экономика здравоохранения».

9.2. Дополнительная литература и «интернет источники»:

1. Общественное здоровье и здравоохранение : учеб. для студентов высш. учеб. заведений / В. А. Медик, В. К. Юрьев. – 2–е изд., испр. и доп. – М. : ГЭОТАР-Медиа, 2013. – 608 с.
2. Государственная и муниципальная социальная политика. Курс лекций: учебное пособие / коллектив авторов; под общ. ред. Н.А. Волгина. - М.: КНОРУС, 2013. — 1014 с.
3. Шейман И.М. Теория и практика рыночных отношений в здравоохранении. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2012. – 318 с.
6. Тематические статьи в журнале «Социальная политика и социальное партнерство».
7. Тематические статьи в журнале «Экономика здравоохранения».
8. Тематические статьи в журнале «Главный врач».

9.3. Нормативные правовые документы

1. Конституция Российской Федерации. (в действующей ред.)
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (в действующей ред.)
3. Бюджетный кодекс Российской Федерации" (в действующей ред.).
4. Налоговый кодекс Российской Федерации(в действующей ред.).
5. Федеральный закон от 21.11.2011 N 323-ФЗ "Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации"(в действующей ред.).

6. Федеральный закон от 18.07.1995 №108-ФЗ «О рекламе» (в действующей ред.).
7. Федеральный закон от 18.07.1999 №183-ФЗ «Об экспортном контроле» (в действующей ред.).
8. Федеральный закон от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (в действующей ред.).
9. Федеральный закон от 22 августа 2004 г. N 122-ФЗ "О внесении изменений в законодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу некоторых законодательных актов Российской Федерации в связи с принятием федеральных законов "О внесении изменений и дополнений в Федеральный закон "Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации" и "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации"(в действующей ред.).
10. Приказ Росстандарта от 30.12.2010 № 1151-ст "О принятии и введении в действие Изменения 1/2010 ОКПД к Общероссийскому классификатору продукции по видам экономической деятельности ОК 034-2007 (КПЕС 2002) и Изменения 1/2010 ОКВЭД к Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности ОК 029-2007 (КДЕС Ред. 1.1)"
11. Приказ Министерства здравоохранения РФ от 16.07.2001 № 268 30 ноября 1994 года № 51-ФЗ О введении в действие Отраслевого классификатора "Сложные и комплексные медицинские услуги"
12. Приказ Министерства здравоохранения РФ от 10.04.2001 N 113 "О введении в действие Отраслевого классификатора "Простые медицинские услуги"

9.4 Интернет- ресурсы

1. www.government.ru – интернет-портал Правительства Российской Федерации
2. www.rosminzdrav.ru – официальный сайт Министерства здравоохранения РФ
3. www.rosmintrud.ru - официальный сайт Министерства труда и социального развития
4. www.roszdravnadzor.ru – официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения
5. www.gks.ru – официальный сайт Федеральной службы государственной статистики

10. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины (модуля)

Для проведения занятий необходимы специализированные аудитории, залы, снабженные LCD-проекторами, позволяющие демонстрировать слайды;