

Лицензия Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки на право осуществления образовательной деятельности № 0834 от «05» августа 2013 года

На заседании президиума Государственного совета «О мерах по повышению инвестиционной привлекательности санаторно-курортного комплекса в Российской Федерации» 26.08.2016 г., Президент РФ В.В. Путин, отметил, что уникальная природа, эффективные методики лечения на наших современных курортах – это колоссальная база для повышения их конкурентоспособности, для того, чтобы они были востребованы и российскими гражданами, и зарубежными гостями. Повышение конкурентоспособности отечественного санаторно-курортного комплекса невозможно без развития научного и кадрового потенциала. В связи с этим в АНО «Международный университет восстановительной медицины» был подготовлен ряд учебных программ с использованием дистанционных технологий, для специалистов по медицинской реабилитации и санаторно-курортному делу, в которых систематизирована и актуализирована информация по всем разделам работы.

Предлагаем Вашему вниманию первый блок модулей, разработанный **для специалистов-организаторов** в санаторно-курортной области.

**Приглашаем на обучение:** директоров, главных врачей, главных бухгалтеров, заведующих отделений санаторно-курортных учреждений и центров медицинской реабилитации.

**Продолжительность обучения:** Программа построена по модульному принципу. Вы знаете себя, а мы заботимся о Ваших интересах и предоставляем Вам возможность самостоятельного набора учебных модулей, важных именно для Вас! Каждый из модулей призван помочь решить конкретные проблемы: повысить эффективность управления организацией или качество медицинских услуг, получить инструменты антикризисного маркетинга, выработать навыки бесконфликтного общения, решить задачи создания и сопровождения сайта, а также юридической защиты интересов Вашей организации в условиях нового законодательства.

По окончании обучения выдается удостоверение о повышении квалификации установленного образца (в соответствии с набранным количеством часов/кредитов). Возможен учет образовательных кредитов при прохождении сертификационного цикла по организации здравоохранения и общественному здоровью.

**В рамках курса Вы можете изучить следующие модули:**

1. Повышение эффективности коммерческой деятельности санаториев **(16 часов)**
2. Маркетинговые подходы к повышению эффективности предприятия, сопровождение сайта **(24 часа)**
3. Основы психологии бесконфликтного общения **(16 часов)**
4. Юридическая защита интересов медицинской организации  
    в условиях нового законодательств **(16 часов)**

**Спикеры:** эксперты в области организации здравоохранения с многолетним стажем практической деятельности, лекторы ведущих Вузов.

**Подробная информация на сайте:** [**http://muvmed.ru**](http://muvmed.ru)**, по телефонам: +7 (495) 392-97-53**

**«Вопросы организации медицинской реабилитации и санаторно-курортного дела»**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Модуль** | **Темы** | **Автор** | **Количество часов/ кредитов** |
| **Модуль №1**  (2 дня)  **Повышение**  **эффективности**  **коммерческой**  **деятельности**  **санаториев** | 1. **Современное состояние санаторно-курортного рынка.**  * Санатории «родом из СССР». Уникальность российской санаторно-курортной системы, её преимущества и недостатки. Как максимально эффективно использовать преимущества. * Анализ рынка санаторно-курортных услуг, динамика роста. Потенциал роста, сопоставление с динамикой смежных рынков. Причины отставания. * Тенденции в восприятии клиентами санаторно-курортных услуг. Способы «подстройки» под потребности клиента. * Конкурентные преимущества санаториев. Как извлечь из них максимальную выгоду и прибыль. | ШЕВЧУК  Марина  Александровна -  создатель и руководитель маркетингового агентства для санаториев «Виват Здоровье», Управленческое консультирование санаторно-курортных предприятий, автор многочисленных проектов и публикаций | 2 часа |
| 1. **Маркетинговая политика санаторно-курортного предприятия.**  * Концентрированный маркетинг - наиболее эффективный способ повышения конкурентоспособности и рентабельности санаториев. * Особенности организации коммерческой службы в санатории. Требования к работе службы маркетинга и продаж в санатории. Структура и функционал отдела. * Медицинские программы - как способ формирования эффективной бизнес-стратегии санатория. * Основные принципы малобюджетного маркетинга санаториев. * Основные целевые группы санаториев. Особенности работы с каждой из них. * Конкурентный анализ. Разбор типичных ошибок при его проведении. * Практикум: Отстройка от конкурентов. Создание конкурентных преимуществ. Выбор позиционирования. | 2 часа |
| 1. **Маркетинговое планирование и создание бренда.**  * Как правильно сформулировать уникальное торговое преимущество санатория. * Чек-лист по определению медицинского фокуса санатория. * Планирование и бюджетирование маркетинговой деятельности. * Создание системы управления маркетингом - ключевые показатели, учетные формы, их анализ и включение в систему мотивации персонала. * Взаимодействие отдела маркетинга с медицинскими подразделениями санатория. * Важность ценовых решений. Структура прейскуранта. Тарифная политика санатория. Разбор основных ошибок. * Чек-лист проверки эффективности организации работы отдела бронирования. Корпоративная книга продаж - структура, этапы создания. Оценка эффективности работы менеджеров по бронирования. | 2 часа |
| 1. **Четыре основных канала продвижения услуг санатория.**  * Сарафанное радио» - главный канал продвижения санаториев. Программа по его стимулированию. Способы увеличения количества повторных визитов. * Способы влияния врачей и медицинского персонала санаториев на увеличение объемов продаж. * Современные тенденции продвижения услуг компании в интернете. Ключевые принципы построения эффективных рекламных кампаний в интернете. * Правила работы с партнерами. Организация кросс-маркетинговых мероприятий. * Работа с прессой. Организация пресс-туров. | 2 часа |
| 1. **Рекламная деятельность санаториев.**  * Разбор типовых ошибок санаториев в проведении рекламных кампаний. * Правила создания эффективной рекламной кампании. * Создание внутреннего информационного поля. * Создание полноценного фирменного стиля минимальным бюджетом. * Правила создания фотобанка. * Правила профессионального копирайтинга. * Способы повышения авторитетности материалов о санатории. * Правила ведения рекламы в интернете. * Реклама на телевидении и радио. * Реклама в местной прессе. | 4 часа |
| **Эффективное**  **управление санаторно-курортной**  **организацией** | 1. **Менеджмент СКО, оценка качества оказания.**  * Ключевые вопросы организации менеджмента качества, «работающие» документы, разбор ошибок и преодоление трудностей. * Контроль качества предоставления медицинских услуг. * Способы оценки и объективизации качества услуг (внедрение СМК). * Организационные мероприятия, влияющие на качество оказания услуг.  1. **Мотивация: от теории к практике.**  * Виды мотивации; материальные и нематериальные. * Формирование лояльности персонала и вовлечение сотрудников в процессы совершенствования качества оказываемых услуг. * Эффективность поощрения и наказания. * Практический опыт и оценка различных форм оплаты труда медицинских работников, их плюсы, а также роль в поддержании качества и оказываемых услуг. * Акценты в работе медицинского подразделения, необходимые изменения в подходах работы с пациентами. * Акценты в работе ресторанного блока санатория.  1. **Концепция медицинского СПА в санатории, практический взгляд.**  * Способы повышения мотивации и лояльности пациентов в рамках концепции медицинского СПА. | БЕРШТЕЙН  Сергей Михайлович – к.м.н., заместитель генерального директора по лечебной работе Санатория «Ревиталь Парк», доцент кафедры восстановительной медицины и реабилитации АНО «Международный Университет Восстановительной Медицины» | 4 часа |
| **ВСЕГО:** |  |  | **16 часов** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Модуль №2**  (3 дня)  **Маркетинговые**  **подходы к повышению**  **эффективности**  **предприятия** | 1. **Маркетинговые подходы к повышению эффективности предприятия.**  * Преимущества компании – современный подход. * Создание CRM-ориентированной среды оказания услуг. * Принципы эффективного взаимодействия с клиентом. * 5 задач CRM-стратегии. * Схема управления взаимоотношениями с клиентам. * Создание уникального торгового предложения – УТП. * Опасность ошибки при оценке потребностей клиента. * Ключ маркетинга услуг. * Путь к инновациям, новейшие методы маркетинга, эмпатическое проектирование. | ПРОНИНА  Наталья Анатольевна –  к.э.н., независимый бизнес-консультант | 4 часа |
| 1. **Управление клиентским потоком.**  * Как распознать своего клиента по типам и группам?   Спрос на веллнес услуги выражается через поток клиентов. Факторы, влияющие на формирование потока клиентов. Типизация клиентов: «бабочки», «ракушки», «золотые рыбки». Группы клиентов: по признакам целевой аудитории. Стараться нравиться всем клиентам - или отказаться от некоторых? Правило Паретто для медицинских услуг. От распознавания клиентского потока - к управлению загрузкой – и далее к управлению спросом на услуги.   * Как выбрать правильный канал информации?   Продвижение мед. услуг: массовый и прямой маркетинг. Формулирование целей продвижения. SMART – концепция Брендинг. Количество рекламных контактов. Тестирование средств продвижения и анализ результатов. Применение Метода «Шести шляп» для тестирования рекламных идей. Формирование маркетинг - плана (медиа-план).   * Как управлять взаимоотношениями с клиентом, эффективно используя CRM системы?   Маркетинг управления взаимоотношениями с клиентом (CRM или УВсК) - новейшая стратегия построения долгосрочных отношений с клиентами. CRM-система – просто база данных или идеология для создания ценностей для клиентов? Задачи УВсК. Примеры CRM – систем. Формирование отчетов по клиентам.   * Как использовать информацию клиентских отчетов для завоевания и формирования лояльности клиента?   Программы лояльности и дисконтные системы. Применение и анализ клиентских отчетов для формирования программ лояльности. Адресная активность компании. Лояльность клиента вынужденная и добровольная. Ценность мед. услуги для клиента: коммерческая или общечеловеческая? Эмпатическое проектирование – «высший пилотаж» клиентского маркетинга.   * Как бесконфликтно сопровождать клиента?   Модель реагирования на претензии клиента: 6 важных шагов. 6 конфликтов-6 способов извлечь пользу. Применение модели для конкретных случаев. Правила бесконфликтного сопровождения. «Трудные вопросы» - составление списка.  Кому нужен имидж? Методы работы с возражениями. Вербальное поведение в конфликтных ситуациях - упражнение. Я - послание и вы – послание - что делать? Правила критики и способы реагирования. Экономичное расходование своих энергетических ресурсов с работе с клиентами. 4 драмы общения. | 7,5 часа:  5 кейсов по 1,5 часа |
| 1. **Организация продвижения платных медицинских услуг. (На примере ФГБУ ФНКЦ ФМБА России).** | ПРОНИНА  Наталья Анатольевна –  к.э.н., независимый бизнес-консультант |  |
| **3.1. О платной медицинской услуге.**   * Цели развития платной медицинской деятельности. * Законодательная среда. * Современное определение медицинской услуги. Маркетинговое понятие «медицинская услуга» многомерно, это - целый комплекс. * Платные медицинские услуги на примере примерах крупных государственных медицинских учреждений. * Прейскурант, содержание и развитие. * Правоопределяющие основания оказания платных медицинских услуг. * Договорная база. * Особенности договора с юридическим лицом. * Особенности договора с физическим лицом. * Эволюция медицинской услуги. * Создание конкурентных преимуществ в целях реализации медицинских услуг. * Источники поступления денежных средств. | 1,5 часа |
| * 1. **Привлечение потоков пациентов на платные медицинские услуги.**      1. Рекламирование и информирование (Сайт – интернет-представительство, интернет-ресурсы.   Наружная реклама, метрореклама, полиграфия, сувенирная продукция, пресса, телевидение.  Радио. Интернет вещание.)  Интервью ведущих врачей-специалистов, участие в новостных программах, ведение рубрик, участие в передачах.  Создание информационных поводов для СМИ.   * + 1. Специальные маркетинговые мероприятия. * Акции для пациентов. * Акции для компаний – агентов на сайте. * Привлечение агентских организаций средствами телемаркетинга. * Круглые столы, двухсторонние встречи, совещания, консультации с СК. * Выездные презентации, road-show для врачей в ЛПУ Москвы и ближних городов. * Участие в государственных, коммерческих, муниципальных торгах со стороны поставщика медицинских услуг. * Дни здоровья на предприятиях Москвы и Подмосковья. * Мобильный Амбулаторный Комплекс (МАК) на базе автобуса с 3-мя оборудованными кабинетами. * Лекции для пациентов каждую среду. * Пункт обмена полисов ОМС для пациентов и сотрудников. * Пункт оформления банковских кредитов для пациентов и сотрудников.   + 1. Оценка эффективности мероприятий по привлечению платных пациентов и продвижения медицинских услуг. * Анкетирование пациентов и интервью. * Анализ удовлетворенности пациентов оказанием медицинских услуг. * Мониторинг обращений пациентов по рекламно-информационным источникам. * Мониторинг рейтинга страховых компаний.   + 1. Особенности оказания платных медицинских услуг: разделение потоков пациентов. * Приемное отделение стационара. * Стационар. * Консультативно-диагностический центр или поликлиника.   + 1. Недостатки оказания платных медицинских услуг.     2. Преимущества оказания платных медицинских услуг.     3. Влияние оказания платных медицинских услуг на конкурентные преимущества ЛПУ.     4. Возможности и перспективы создания конкурентных преимуществ. | 4 часа |
| 1. **Оценка конкурентоспособности медицинской организации.**    1. Что такое конкурентоспособность?    2. Цели проведения анализа конкурентоспособности.    3. Алгоритм анализа конкурентоспособности.    4. Конкурентоспособность в контексте внешней среды.    * Инструмент № 1. Оценка влияния макросреды с помощью матрицы SWOT и матрицы групп интересов.    * Инструмент № 2. Анализ микросреды с помощью модели шести рынков и оценки конкурентных сил.    * Инструмент № 3. Анализ отражения во внутренних документах основных составляющих внутреннюю среду предприятия.    * Инструмент № 4. Анализ реализации политики сбыта с применением матрицы ТОП 10.    * Инструмент № 5. Анализ динамики доходов в разрезе источников финансирования, направлений деятельности, отдельных продуктов.    * Инструмент № 6. Анализ формирования себестоимости с применением метода фокусирования и эффекта масштаба.    * Инструмент № 7. Анализ экономической эффективности использования площадей и оборудования на основе оценки альтернативных затрат.    * Инструмент № 8. Анализ использования времени с использованием процессного подхода и логистики.    * Инструмент № 9. Анализ эффективного использования медикаментов.    * Инструмент № 10. Анализ эффективности использования человеческих ресурсов путем оценки комплекса значимых показателей. | ПРОНИНА  Наталья Анатольевна –  к.э.н., независимый бизнес-консультант | 4 часа |
| **Сопровождение сайта медицинской организации** | * 1. **Практическое руководство создания и поддержки работы сайта крупного медицинского учреждения.** * Историческая справка. Основные базовые понятия: Интерне́т. Всемирная паутина (WorldWideWeb, WWW). Протокол передачи данных - Internet Protokol, IP. Доменное имя или IP-адрес. протокол HTTP для прямого доступа клиентов к сайтам на серверах. * Что представляет собой Интернет представительство (далее ИП)? * Техническое задание на сайт. Нормативными документами (ГОСТ, ОСТ) по разработке и содержанию ТЗ. * Проект главной страницы сайта. * Административный модуль сайта. * Движок сайта. * Цели создания, свойства и назначение системы ИП. * Целевая аудитория. * Основные характеристики системы ИП. * Участники системы. * Функциональная структура системы ИП. 2 основных вида меню - вертикального и горизонтального, дополнительных функций, а также промо – блоков. * Как выглядят страницы сайта? Главная страница. Другие страницы сайта. * Контент страниц. Бриф на формирование контента отделений. * Баннеры (промо-блоки): «Запись на прием к врачу». «Запись на диагностическое исследование». «Госпитализация». «Справки о пациентах в стационаре». * Дополнительные функции: «Навигатор по больнице». «Новостной блок». Карта сайта. Поиск информации. * Презентационная информация на Главной странице в раскрывающемся меню: О нас, Сервис для пациентов, Услуги для пациентов, Для страховых компаний, Для предприятий. * Основные ошибки при создании ИП. * О продвижении по ключевым словам SЕО (search engine optimization). Семантическое ядро. Легальные или белые методы продвижения. * Безопасность сайта. Три уровня уязвимости сайтов. | ПРОНИНА  Наталья Анатольевна –  к.э.н., независимый бизнес-консультант | 3 часа |
| **ВСЕГО:** |  |  | **24 часа** |
| **Модуль №3**  (2дня)  **Основы психологии бесконфликтного общения** | 1. **Правила и условности делового этикета.**    * Современный этикет.    * Характеристики организационной культуры, связанные с этикетом.    * Виды этикета.    * Внешние проявления делового этикета. Одежда сотрудника.    * Деловые контакты.    * Эмпатия.    * Средства экспрессии: улыбка, взгляд, тон речи, позы.    * Развитие контакта. Правила контакта. Барьеры при контактах.    * Деловая беседа. Этапы деловой беседы.    * Правила коммуникаций.    * Принципы коммуникаций.    * Саботажники общения.    * Невербальные средства общения. 2. **Мастерство телефонного общения.**    * Тайны Карнеги.    * Начало и модель исходящего звонка.    * Начало и модель входящего звонка.    * Телефонные «ТАБУ».    * Правила приёма телефонограмм.    * Консультации по телефону. Рекомендации администраторам.    * Как сообщать клиентам по телефону неприятные новости. 3. **Управление конфликтом и стрессом.**  * Как возникают конфликты? * Конфликтогены. * Типы конфликтогенов. * Схема возникновения конфликта. * Правила бесконфликтного общения.  1. **Работа с жалобами и возражениями.**  * Модель: 6 шагов реагирования на претензии. * Техники мягкого преодоления напряжения. * Эффективные способы ответить на возражения. * Четыре ступени к успеху при ответе на возражения. | ПРОНИНА  Наталья Анатольевна –  к.э.н., независимый бизнес-консультант | 8 часов |
| **Основные компетенции в реализации лидерской позиции, командообразование** | 1. **Мастер-класс: Роль руководителя в управлении персоналом в условиях кризиса, принципы формирования корпоративной культуры.**  * Стили руководителей, плюсы и минусы. * Что есть харизма и нужна ли она? * ПОМК – основа управления. * Инструменты различных видов мотивации. * Деловая игра «Boss бесподобный или бесполезный». * Программа корпоративного строительства. * Модель корпоративной культуры как живой организм. * Особенности корпоративной культуры разных стран. * Деловая игра «Ценности компании – ценности сотрудника?». | ВОДЯНОВА  Ольга –  заместитель директора центра прогнозирования и планирования карьеры РАНХ и ГС при Президенте РФ | 4 часа |
| 1. **Мастер класс: Формирование эффективной команды с элементами геймификации.**  * Что есть эффективная команда, модели построения команд. * Мои компетенции и моя команда, что мне развивать? * Моя команда под мои цели. * Деловая игра «Команда моей мечты». | 4 часа |
| **ВСЕГО:** |  |  | **16 часов** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Модуль № 4**  (2дня)  **Юридическая защита интересов медицинской организации**  **в условиях нового**  **законодательства** | 1. **Юридическая защита интересов медицинской организации в условиях нового законодательств.**  * Практика применения ФЗ №323 «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» в деятельности медицинских организаций. * Изменения в правовом статусе медицинских работников и медицинских организаций: права и обязанности в условиях нового законодательства. * Новый порядок оказания платных медицинских услуг. * Практические рекомендации по составлению договора на оказание медицинских услуг. | КУЗЬМИН Станислав Борисович -  ассистент кафедры медицинского права ФГБОУ ВО Первый МГМУ им. И.М. Сеченова | 4 часа |
| * 1. **Контроль качества и безопасности медицинской деятельности: современное регулирование и практические рекомендации по внедрению законодательных требований.** * Порядок организации и проведения государственного и ведомственного контроля качества и безопасности медицинской деятельности, полномочия органов, осуществляющих контроль. * Исполнение административных регламентов Росздравнадзора по осуществлению государственного контроля качества и безопасности медицинской деятельности, практические решения при подготовке к проверкам. * Внедрение эффективной системы внутреннего контроля, организация деятельности врачебной комиссии и разработка локальных нормативных актов по контролю качества в медицинской организации. * Проблема нарастания административной ответственности медицинских организаций, прогнозирование и предупреждение системных нарушений при осуществлении медицинской деятельности: анализ правоприменительной практики. * Совершенствование механизмов государственного контроля: утверждение критериев качества медицинской помощи, создание единого реестра экспертов. * Анализ законопроектов, предусматривающих изменение правового статуса порядков, стандартов и клинических рекомендаций, установление единого подхода к организации внутреннего контроля качества, изменения порядка проведения проверок. | 3 часа |
| * 1. **Организация эффективного документооборота в медицинской организации: юридический анализ современных требований к оформлению медико-правовых документов.** * Правовое значение медицинской документации в разрешении конфликтов с пациентами: анализ дефектов оформления первичной медицинской документации. * Проблемы оформления информированного добровольного согласия на оказание медицинской помощи: практические рекомендации по порядку составления, объём информации, особенности оформления для различных видов медицинской помощи. * Протокол оформления информированного согласия на медицинское вмешательство: обязательная и дополнительная информация. * Анализ правоприменительной практики по привлечению к ответственности за ненадлежащее оформление медицинской документации: пути профилактики. * Отказ от оказания медицинской помощи: особенности оформления. Действия медицинских работников при отказе одного из родителей или иного законного представителя несовершеннолетних лиц или лиц, признанных недееспособными. * Актуальные вопросы защиты персональных данных пациента и сведений, составляющих врачебную тайну: особенности документального оформления. | 3 часа |
| * 1. **Анализ судебной практики по делам в отношении медицинских работников и медицинских организаций: предупреждение конфликтов и минимизация рисков возникновения судебных споров.** * Особенности привлечения к уголовной и административной ответственности при оказании медицинских услуг: анализ правоприменительной практики, разбор наиболее часто встречающихся правонарушений. * Особенности гражданско-правовой ответственности медицинских работников и медицинских организаций. Проблемные вопросы компенсации морального вреда в случаях ненадлежащего оказания медицинской помощи. * Проблема предъявления регрессного иска к медицинскому работнику в случае причинения вреда жизни или здоровью пациента. * Презумпция вины исполнителя медицинских услуг. Применение норм, устанавливающих гражданско-правовую ответственность причинителя вреда без вины. * Обращение медицинских изделий в организациях, оказывающих медицинские услуги: перечень локальных нормативных актов, которые должны быть разработаны и утверждены в медицинской организации. * Ответственность за обращение фальсифицированных, контрафактных, недоброкачественных и незарегистрированных лекарственных средств, медицинских изделий и оборот фальсифицированных биологически активных добавок. | КУЗЬМИН Станислав Борисович -  ассистент кафедры медицинского права ФГБОУ ВО Первый МГМУ им. И.М. Сеченова | 4 часа |
| 1. **Правовые риски профессиональной медицинской деятельности.**  * Защита интересов медицинской организации в условиях применения законодательства о защите прав потребителей к оказанию медицинских услуг. * Минимизация рисков возникновения судебных споров. * Содержание претензионной работы на различных этапах досудебного урегулирования конфликтов. | 2 часа |
| **ВСЕГО:** |  |  | **16 часов** |

**Итого образовательных кредитов: 72 часа.**

**ОБ АВТОРАХ:**

|  |  |
| --- | --- |
| **C:\Users\odp002\Desktop\сайт\Bershtejn-683x1024.jpg** | **Берштейн Сергей Михайлович** – кандидат медицинских наук, заместитель генерального директора по лечебной работе Санатория «Ревиталь Парк»,  доцент кафедры восстановительной медицины и реабилитации Международного Университета Восстановительной Медицины. Автор обучающих семинаров по SPA- технологиям и Санаторно-курортной медицине. |
| **C:\Users\User\Documents\сотрудничество\фото лекторов\ВодяноваО.jpg** | **Водянова Ольга** – заместитель директора центра прогнозирования и планирования карьеры РАНХ и ГС при Президенте РФ. С 2007 года работала в разных сферах российского и международного бизнеса, в должности Директор по персоналу, с 2010 года являлась Членом Правления ГК "АКИГ", на данный момент занимаюсь разработкой стратегической программы развития сотрудничества средне образовательных учреждений (школ) и РАНХиГС, а так же формирую программу "Управленческой школы" Института государственной службы и управления. |
| **C:\Users\User\Downloads\IMG_0015.jpg** | **Кузьмин Станислав Борисович,**  врач-юрист; анестезиолог-реаниматолог – стаж 20 лет. В настоящий момент –ассистент кафедры медицинского права Первого МГМУ им.И.М.Сеченова. Заместитель директора Национального института медицинского права по координации с лечебными учреждениями. Основные направления  научно-практической деятельности: правовой статус медицинского работника, организационно-правовые вопросы организаций,  в частности, оказывающих неонатологическую помощь, юридическая защита интересов медицинских организации в условиях нового законодательства. |
| **C:\Users\User\Documents\сотрудничество\фото лекторов\Пронина.jpg** | **Пронина Наталья Анатольевна** – кандидат экономических наук, независимый бизнес-консультант по вопросам управления и развития крупных государственных медицинских учреждений со стационаром (с поликлиникой, с консультативным медицинским центром), фитнес (веллнес) клуба; маркетинга, организации отдела продаж, управления взаимоотношением с клиентом  (CRM-системы), внедрению программы «Пациент-сервис», бизнес-тренер (тренинги и семинары для управленцев, врачей, администраторов и медицинского и сервисного персонала). Заместитель Главного врача по коммерческим вопросам Медицинского Центра МИНФИНА России, Заместитель Директора ФГБУ МРиК Минздрава России, Заместитель Главного врача по маркетингу ФГБУ ФНКЦ ФМБА России, Руководитель подразделения договорной политики и маркетинга ЗАО "Премьер-Спорт", заместитель Начальника по маркетингу крупного медицинского холдинга (ЦМСЧ 165, ЗАО  «МЦК», ООО «МЦК-1»,  ООО «МЦК-2», ООО «МЦК-3», ООО «МЦК-4», ООО «МЦК-5»), управляющий директор компаний, специализирующихся в области медицинского маркетинга. |
| **C:\Users\User\Documents\сотрудничество\фото лекторов\Шевчук.JPG** | **Шевчук Марина Александровна** – эксперт в области санаторно-курортного маркетинга; создатель и руководитель маркетингового агентства санаториев «Виват Здоровье», Master of Business Administration – Marketing.  Достижения:   * Разработка и проведение эффективных маркетинговых программ для санаторно-курортных предприятий различных ведомств и форм собственности- частных, системы ОАО «Газпром», Министерства обороны РФ, Управления делами Президента РФ и других. * Аудит системы продаж более 20-ти санаториев, разработка индивидуальных планов для санаториев для повышения эффективности коммерческой деятельности. * Формирование и проведение рекламных кампаний для более, чем 150 санаториев и курортов России и зарубежья. * Создание эффективных каналов продвижения медицинских услуг санаториев: портала [www.A-Kurort.ru](http://www.A-Kurort.ru), разделов «Лечение на курортах» на популярных медицинских порталах, организация выпуска каталога «Лечение в санаториях и на курортах», который распространяется в профильным московских ЛПУ среди врачей и пациентов. * Выведение более 10-ти санаторно-курортных предприятий из кризисного состояния в лидеры рынка. * Создание эффективных систем продаж, колл-центра, создание бренда. * Бизнес - планирование при открытии санаториев и СПА - отеля в Подмосковье и регионах. |