Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Волгоградский государственный медицинский университет» Минздрава России
Кафедра экономики и менеджмента
Институт общественного здоровья им. Н.П. Григоренко

**Рабочая тетрадь по дисциплине
«Реклама и PR в здравоохранении»**

Выполнено:
Торосян Аида Геворговна

Проверил: ассистент
кафедры экономики и менеджмент
Зейналлы Р.Р.о.

г. Волгоград, 2025

**Задание 1.**

|  |  |
| --- | --- |
| Название организации | Клиника «Сова» |
| Добавьте ссылку на сайт и основные социальные сети (если есть аккаунты). | <https://volgograd.sovamed.ru/?ysclid=mbhq7wcl1667592825><https://vk.com/sova.volgograd?ysclid=mbhq930pkm308064423> |

2. Дайте полную характеристику организации.

Клиника «Сова» — многопрофильное медицинское учреждение, которое предлагает услуги по различным направлениям.

**Услуги и направления**

Некоторые услуги клиники «Сова»:

* Амбулаторный приём у специалистов разных направлений: гинекологов, неврологов, хирургов, дерматологов, онкологов, психотерапевтов и других.
* Лабораторные исследования.
* Лучевая диагностика: КТ, рентген, МРТ.
* Эндоскопия: ЭГДС, колоноскопия, в том числе во сне.
* УЗИ и функциональная диагностика: холтер, СМАД, ЭКГ.
* Хирургические операции: оперативная гинекология, травматология, флебология, урология, абдоминальная хирургия.
* Лечение на базе дневного стационара.
* Восстановление: физиотерапия, УВТ, рефлексотерапия, массаж, ЛФК.

В клинике действуют центры компетенций, которые объединяют врачей смежных специальностей для лечения конкретных заболеваний.

**Отзывы пациентов**

Отзывы о клинике «Сова» можно посмотреть на следующих сайтах:

* 2ГИС. Пациенты отмечают как положительные, так и отрицательные стороны обслуживания.
* Яндекс Карты. Рейтинг клиники — 4,9 на основе 1260 отзывов.
* ПроДокторов. На сайте представлены отзывы о клинике и её врачах.

**Где находится**

**Адрес клиники «Сова» в Волгограде: проспект Ленина, 59Б.**

**Телефон:** +7 (8442) 52-03-03.

**Режим работы:** поликлиника — понедельник–пятница: с 07:00 до 20:00, суббота: с 08:00 до 18:00, воскресенье: с 08:00 до 15:00. Стационар — круглосуточно.

Официальный сайт: volgograd.sovamed.ru.

3. Проведите анализ маркетинговых коммуникационных каналов медицинской организации:

- У клиники «Сова» есть социальная сеть Вконтакте - 2726 подписчиков, ежедневные публикации, не особо активная аудитория (3-11 лайков на публикации, комментарии, репостов нет).

- На официальном сайте «Сова» имеется удобная навигация; на главной странице расположены услуги, цены, врачи, акции, отзывы, контакты, место расположение; алфавитное расположение специалистов.

- Анализ и оценка маркетинговой стратегии позиционирования медицинской организации в онлайн среде.

Официальный сайт «Сова» информативный, удобный для навигации и адаптирован под мобильные устройства. На главной странице сайта мы видим описание каждого врача и его профиль действий, что поможет нам легко выбрать специалиста. Используются такие платформы, как Вконтакте, Официальный сайт клиники «Сова». Контент в социальных сетях активно ведется, присутствуют положительные отзывы от пользователей.

* Анализ конкурентов:

- Оценка присутствия конкурирующих медицинских организаций в онлайн среде.

У клиники «Сова» есть конкуренты, в г. Волгоград, с таким же профилем и спектром услуг.

«IDM Clinic», «Клиника семейной медицины».

- Анализ аккаунтов конкурентов в социальных сетях (наличие, активность, вовлеченность, количество подписчиков, вовлеченность, реакции на публикации и т.д.).

«IDM Clinic»:

1. Вконтакте – 738 подписчиков, неактивное ведение страницы и неактивная аудитория.
2. Одноклассники – нет страницы
3. Instagram – нет страницы
4. Телеграм – 353 подписчика, активная аудитория, активное ведение страницы.

«Клиника семейной медицины»

1. Вконтакте – 684 подписчика, активная аудитория, умеренное ведение страницы.
2. Одноклассники – нет страницы.
3. Instagram – нет страницы.
4. Телеграм – 74 подписчика, не активное ведение страницы.

- Анализ сайта конкурентов. Проверка оптимизации сайта под мобильные устройства и SEO. Описание целевой аудитории.

* «IDM Clinic»: на главной странице мы видим предоставление услуг, врачей и контакты, видео обзор клиники и номер горячей линии.
* «Клиника семейной медицины»: сайт имеет удобную навигацию по главному меню и услугам, горячую линию для связи. На главной странице рассказаны особенности и биография клиники. Так же, сразу, как заходишь на сайт, мы видим указанные социальные сети, адрес, действующие специалиты, услуги и график работы клиники.

4.Рекомендации по совершенствованию маркетинговой коммуникационной политики в онлайн среде.

Совершенствование маркетинговой коммуникационной политики в онлайн-среде требует комплексного подхода, включающего оптимизацию контента, активное взаимодействие с аудиторией, использование технологий, эффективное SEO и SEM, кросс-промоцию, а также постоянный мониторинг результатов. Это поможет любой медицинской организации не только привлечь новых пациентов, но и удержать существующих, создавая доверие и лояльность.