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:

Крамаренко В.А. гр. 201 МбОЗ

Ф.И.О.

Проверила: ассистент

кафедры экономики и менеджмент

Зейналлы Р.Р.о.

г. Волгоград, 2025

**Задание 1.**

Выполните задание на примере медицинской организации

1. ГБУЗ «Волгоградский областной клинический противотуберкулезный диспансер»
2. Заполните таблицу:

|  |  |
| --- | --- |
| Название организации | ГБУЗ «Волгоградский областной клинический противотуберкулезный диспансер» |
| Добавьте ссылку на сайт и основные социальные сети (если есть аккаунты). | <http://vokpd.ru/index.php/pages/show_page/main#>  <https://vk.com/public210256149> |

1. Дайте полную характеристику организации: Государственное бюджетное учреждение здравоохранения Волгоградской области «Волгоградский областной клинический противотуберкулезный диспансер» оказывает населению специализированную противотуберкулезную помощь, которая включает консультирование, диагностику, амбулаторное и стационарное лечение и диспансерное наблюдение пациентов с различными формами и локализациями туберкулеза. ГБУЗ «ВОКПД» осуществляет организационно-методическую и консультативную помощь всем противотуберкулезным и лечебно-профилактическим учреждениям области, а также взаимодействие с федеральными НИИ. В структуре учреждения – диспансерные, легочно-терапевтические, хирургическое торакальное отделение, детское и реанимационное отделения, отделение для больных урогенитальным туберкулезом. Специалисты диспансера оказывают медицинскую помощь по направлениям: профилактика, диагностика и лечение туберкулеза органов дыхания, туберкулеза верхних дыхательных путей, туберкулеза мочеполовых органов, туберкулеза костей и суставов, туберкулеза глаз, а также туберкулеза у детей и др.
2. Проведите анализ маркетинговых коммуникационных каналов медицинской организации:

* Оценка присутствия в онлайн среде:

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

- Анализ сайта медицинской организации. Проверка оптимизации сайта под мобильные устройства и SEO.

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

**ОТВЕТ:**  
При поиске в браузере по названию медицинского учреждения, первым вариантом выпадает официальный сайт клиники, что очень важно для быстрого и эффективного поиска информации об организации. Предусмотрена версия для слабовидящих

Считаю, что онлайн-сайт доступен для понимания и прост в использовании. Легко найти необходимую информацию.

При поиске в браузере, также есть ссылка на страницу во «ВКОНТАКТЕ».

На главной странице находится та информация, которая, как правило, интересует больше всего: местоположение всех структурных подразделений, контакты горячей линии (регистратура, приемный покой, контакт цент МИНЗДРАВ). Весь перечень функциональной диагностики и общей диагностики пациентов. История происхождения и создания, данного государственного медицинского учреждения (диспансера).

Также есть раздел с «ПЕРЕЧНЬ ПЛАТНЫХ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ», где имеется документы, регламентирующие порядок оказания платных медицинских услуг. Есть таблица, где перечислены врачи-специалисты, оказывающие платные мед.услуги с указанием специальности и графиком работы.

Раздел **«МЕДИЦИНСКИЕ РАБОТНИКИ»** также очень удобен и прост в понимании, в нем содержится основная информация о специалистах, такая как: ФИО, должность, степень достижений в области фтизиатрии, стаж работы.

Также есть раздел **«ПРАВИЛА ЗАПИСИ НА ПЕРВИЧНЫЙ ПРИЕМ»,** где указан номер регистратуры, к сожалению онлайн записи в данное учреждение нет, так как в данное учреждение можно попасть только по направлению от врача, больницы, госпитализации скорой медицинской помощи.

Также на сайте есть **«ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГАРАНТИЙ»**, где есть показатели доступности и качества медицинской помощи. Перечень законов и положений, также в данном разделе имеется.

Есть раздел: **«МЫ И ЗОЖ»**, где размещены познавательные статьи о здоровом образе жизни, фотографии с сотрудниками диспансера, которые участвуют в мероприятиях по укреплению здоровья – это служит примером нашему населению. Я считаю, что для государственного учреждения это очень ответственный и креативный подход.

При лечении туберкулеза, медикаментозное лечение обеспечивает государство, на сайте диспансере имеется раздел **«ИНФОРМАЦИЯ О ПЕРЕЧНЕ ЛЕКАРСТВЕННОМ ОБЕСПЕЧЕНИИ СРЕДСТВ И ЛЕКАРСТВЕННОМ ОБЕСПЕЧЕНИИ».** В данном разделе, представлены все документы, сертификаты, перечень препаратов, которыми проводится противотуберкулезная терапия. Это очень помогает людям с диагнозом туберкулез более точно ознакомиться, с применяемой терапией.

Также есть раздел, **«КОНТРОЛИРУЮЩИЕ ОРГАНЫ»,** где перечислены все ответственные структуры, с полным наименованием, адресами, номера телефонов горячих линий.

Также есть раздел, **«КАФЕДРА ФТИЗИАТРИИ»,** Одним из ведущих направлений деятельности кафедры фтизиопульмонологии ВолгГМУ является лечебная работа на клинической базе ГБУЗ ВОКПД, которая претворяет в жизнь идею интеграции теории и практики в медицине, способствует совершенствованию связи с практическим здравоохранением и внедрению передового опыта по обеспечению здоровья населения, создает условия для повышения квалификации и переподготовки медицинских кадров. Сотрудники кафедры осуществляют консультативно – диагностическую и лечебную деятельность, которая проходит в тесном взаимодействии с отделениями ГБУЗ ВОКПД.

Самый важный на мой взгляд раздел **«О ТУБЕРКУЛЕЗЕ»,** там вся информация о заболевании. Это очень удобно, так как это официальный сайт, узкопрофильного учреждения по лечению конкретного заболевания, не требуется искать информацию по всему интернету и попасть на ложные источники информации.

Есть раздел **«ОТЗЫВЫ ПАЦИЕНТОВ»** большинство, к сожалению негативные, в основном из-за состояния самого диспансера. НО положительные отзывы радует больше, слова благодарности с фамилиями врачей, опыт и поддержка во время лечения также есть.

Сайт открывается в таком же формате через мобильное устройство.

* Анализ конкурентов:
* - Анализ аккаунтов конкурентов в социальных сетях (наличие, активность, вовлеченность, количество подписчиков, вовлеченность, реакции на публикации и т.д.).
* - Анализ сайта конкурентов. Проверка оптимизации сайта под мобильные устройства и SEO.: по конкуренции могу сказать, что это узкопрофильное государственное учреждение и сайт Московского противотуберкулезного диспансер уступает только в его оформлении. Но информация таже.

Описание целевой аудитории. Целевая аудитория: потенциальные пациенты, длительно наблюдающиеся по заболеванию верхних дыхательных путей, требующему постоянного медицинского наблюдения, подробной функциональной диагностики, консультаций с узкопрофильными специалистами, медикаментозного лечения, в тяжелых ситуациях хирургического вмешательства.

Рекомендации по совершенствованию маркетинговой коммуникационной политики в онлайн среде.

Как таковых рекомендаций дать не могу, думаю, что онлайн среда у конкретно выбранной клиники очень доступна.