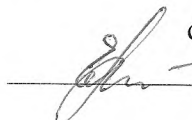


APROB  
Şef Catedră Medicină socială și management  
"Nicolae Testemițanu",  
dr. hab. şt .med., conf.univ.

  
Elena Raevschi

Proces verbal nr.8 din 24 /01/2022

**COMPONENTE CURRICULARE**

**pentru modulul conex: MANAGEMENT ȘI MARKETING ÎN STOMATOLOGIE**

**Specialitățile Endodonție, Paradontologie, Protetică dentară, Pedodonție,  
Ortodonție, și Chirurgie dento-alveolară,  
anul universitar 2021-2022.**

**PLANUL TEMATIC AL CURSURILOR, SEMINARELOR  
ȘI AL LUCRĂRILOR PRACTICE**

Nr d/o	Denumirea modului și a temelor	Ore didactice			Total ore di- dacti- ce	Activ i-tate indivi- d (ore)	Total ore
		Curs	lucra- ri pract ice	semi- nare			
<b>Endodonție, anul III,</b>							
<b>Modul conex: MANAGEMENT ȘI MARKETING ÎN STOMATOLOGIE</b>							
1.	Managementul ca artă și știință. Managerii și liderii în organizații.	1		2	3	2	5
2.	Instituția stomatologică ca organizație. Antreprenorialul în stomatologie.	1		2	3	4	7
3.	Managementul modern al instituției stomatologice: principii, metode, tehnici și funcții.	1		3	4	4	8
4	Managementul resurselor umane. Motivarea angajaților. Managementul echipei.	1		2	3	4	7
5	Comunicarea și luarea deciziilor în instituția stomatologică. Managementul schimbărilor.	1		3	4	4	8
6	Managementul timpului, stresului și conflictului la	1		3	4	4	8

Nr d/o	Denumirea modului și a temelor	Ore didactice			Total ore di- dacti ce	Activ i-tate indivi d (ore)	Total ore
		Curs	lucrări pract ice	semi- nare			
	locul de muncă.						
7.	Conceptul de marketing. Tipuri de marketing. Piața serviciilor stomatologice: cererea, oferta, prețul și concurența.	1		3	4	3	7
8	Comportamentul consumatorului. Comunicarea prestator de servicii-consumator. Tipuri de clienți. Etica în relațiile cu clienții.	1		3	4	4	8
9	Organizarea activității de marketing. Cercetarea de marketing: concepte, etape, metode, instrumente.	1		2	3	2	5
10	Previțiunea și planificarea în marketing. Planul de marketing al instituției stomatologice.	1		3	4	5	9
	<b>TOTAL</b>	<b>10</b>		<b>26</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>72</b>

**DESCRIEREA DESFĂȘURATĂ A MODULELOR CONEXE LA PROGRAMUL DE INSTRUIRE.**

**1. Managementul ca artă și știință. Managerii și liderii în organizații.**

Conceptele de management, manager și lider. Managementul ca teorie și / sau practică, ca știință și/sau artă. Apariția și dezvoltarea managementului. Activități manageriale și sisteme de management. Niveluri și arii de management într-o instituție stomatologică. Obiectivele și principiile managementului.

Rolurile managerului: interpersonale, informaționale, decizionale. Cunoștințe și abilitățile necesare managerului. Rolul liderilor pentru organizații. Tipuri de manageri și lideri. Formele de putere și influență utilizate de manageri și lideri.

**2. Instituția stomatologică ca organizație. Antreprenoriatul în stomatologie.**

Instituția stomatologică/cabinetul stomatologic ca organizație: parametrii de caracterizare. Mediul intern și extern al instituției medicale și factorii lui. Organizația și organizarea. Componentele structurii organizatorice. Tipurile de structuri organizatorice. Organigrama. Cultura organizațională ca factor ce determină performanța instituției stomatologice. Managementul culturii într-o instituție stomatologică.

Conceptul de antreprenoriat. Formele de organizare a activității de antreprenoriat. Etapele de lansare a afacerii. Planul de afaceri: importanța și structura.

### **3. Managementul modern al instituției stomatologice: principii, metode, tehnici și funcții.**

Particularitățile managementului modern. Principii, metode și tehnici de management. Funcțiile fundamentale ale managementului: prognoza, planificarea, organizarea, motivarea și control-evaluarea.

Planificarea: esența și importanța. Componentele planificării organizatorice. Planificarea strategică a activității instituției stomatologice. Etapele procesului de planificare strategică. Misiunea, viziune și valorile unei instituții stomatologice. Analiza SWOT. Obiective generale și specifice SMART. Realizarea planului strategic și evaluarea activităților. Indicatorii de performanță.

Controlul ca funcție managerială. Esența și rolul controlului. Tipuri de control și etape ale procesului de control. Elaborarea și utilizarea standardelor.

### **4. Managementul resurselor umane. Motivarea angajaților. Managementul echipei.**

Managementul resurselor umane: etape și activități. Activități de asigurare cu personal: planificarea, recrutarea și selecție resurselor umane. Activități de menținere a personalului: motivarea, utilizarea eficientă a sistemului de recompense, managementul carierei. Activități de dezvoltare a personalului: formarea continuă, rotația pe post și evaluarea performanțelor. Factori implicați direct în desfășurarea activității: competența, autoritatea, responsabilitatea și delegarea autorității.

Motivarea ca funcție managerială. Teoriile motivării. Recompensarea și remunerarea angajaților. Caracteristicile unei motivări eficiente.

Importanța echipelor pentru instituția medicală. Similitudini și diferențe între grupuri și echipe. Transformarea grupurilor în echipe și managementul echipelor. Factorii ce determină eficiența echipelor. Principiul celor 8 de "R" într-o echipă eficientă.

### **5. Comunicarea și luarea deciziilor în instituția stomatologică. Managementul schimbărilor.**

Sistemul informațional al firmei stomatologice. Importanța comunicării eficiente. Elemente și etape ale procesului de comunicare. Factorii care influențează procesul de comunicare. Barierele în comunicare și înlăturarea lor.

Natura procesului de luare a deciziilor. Tipuri de decizii. Tipuri de ședințe și organizarea lor. Modele și metode de luare a deciziilor. Etapele deciziei raționale. Factorii care influențează procesul decizional.

Importanța schimbărilor pentru o instituție stomatologică. Avantajele și dezavantajele schimbărilor. Etapele schimbării. Tipurile de schimbări. Rezistența la schimbare: cauze și metode de învingere.

## **6. Managementul timpului, conflictului și stresului la locul de muncă.**

Particularitățile timpului ca resursă. Cauze ale managementului ineficient al timpului. Activități care irosească timpul. Stiluri comportamentale privind managementul timpului. Erori frecvente în utilizarea timpului. Metode și tehnici de eficientizare a utilizării timpului. Stabilirea obiectivelor și prioritizarea activităților. Jurnalul de activități. Tehnici de planificare a timpului.

Conflictul în organizație. Particularități ale conflictului în colectiv. Cauzele conflictelor. Tipurile de conflicte. Etapele conflictelor. Strategii și metode de soluționare a conflictului: structurale și interpersonale.

Cauzele stresului la locul de muncă. Metode de prevenire și tehnici de diminuare a nivelului de stres. Sindromul epuizării profesionale (Burnout): cauze, metode de tratament și prevenție.

## **7. Conceptul de marketing. Tipuri de marketing. Piața serviciilor stomatologice: cererea, oferta, prețul și concurența.**

Definirea conceptului de marketing. Esența activității de marketing. Tipuri de marketing. Specificul marketingului serviciilor stomatologice.

Piața serviciilor cu profil stomatologic. Elementele pieței: cererea, oferta, prețul și concurența. Factorii care influențează elementele pieței. Segmentarea pieței. Mixul de marketing.

## **8. Comportamentul consumatorului. Comunicarea prestator de servicii-consumator. Tipuri de clienți. Etica în relațiile cu clienții.**

Procesul decizional de cumpărare a serviciului stomatologic. Factorii ce influențează comportamentul consumatorului. Identificarea și segmentarea clienților. Tipurile de clienți. Clientul dificil. Comunicarea cu clienții. Stabilirea modalității de fidelizare a clienților. Conceptul de satisfacție a clientului. Cerințele, nevoile și așteptările clienților. Etica în relațiile cu clienții.

## **9. Organizarea activității de marketing. Cercetarea de marketing: concepte, etape, metode și instrumente.**

Etape ale organizării activității de marketing. Organizare internă. Etapele unei cercetări de piață. Metode ale cercetării de marketing. Instrumente ale cercetării de marketing. Sondajul de opinie. Tipologia cercetării de marketing. Raportul de cercetare.

## **10. Previziunea și planificarea în marketing. Planul de marketing al instituției stomatologice.**

Importanța previziunii de marketing ca etapă premergătoare planificării. Utilitatea planificării în marketing. Etapele planificării de marketing. Planul de marketing al unei instituții stomatologice. Structura și conținutul planului de marketing.

## **DESCRIEREA DEPRINDERILOR PRACTICE (PENTRU CURRICULA ȘI CAIETUL DE SARCINI)**

### **MANAGEMENT ȘI MARKETING ÎN STOMATOLOGIE**

1. Să efectueze o analiză SWOT a unei instituții stomatologice.
2. Să elaboreze o misiune și 4 obiective strategice conform criteriilor SMART pentru o instituție stomatologică.
3. Să creeze și să evalueze o organigramă a unei instituții stomatologice.
4. Să aplice teoria motivațională și tehnicile de motivare în dependență de necesitățile persoanei.
5. Să aplice o metodă eficientă de soluționare a conflictului expus în studiul de caz.
6. Să realizeze analiza celor 4P- componente ale mixului de marketing.
7. Să elaboreze 2 strategii eficiente de marketing pentru fidelizarea clienților.
8. Să elaboreze un algoritm de comunicare eficientă cu clientul în dependență de tipul de client.
9. Să elaboreze un mesaj publicitar pentru o instituție stomatologică.
10. Să elaboreze un plan de afaceri.

### **4. BIBLIOGRAFIA RECOMANDATĂ**

#### **A. Obligatorie:**

1. Ețco C. Managementul în sistemul de sănătate. Chișinău, Editura Epigraf, 2006.
2. Tintiuc D., Ețco C., Grosu L., și alții. Sănătate publică și management. Chișinău, 2002.
3. Constantin Ețco, Ludmila Goma, Nina Globa. Management și Marketing. Teorie și aplicații. Chișinău, 2013.
4. Philip Kotler, Gary Armstrong. Principiile marketingului, Ediția a III-a. Editura Teora, 2004.
5. Kotler, Ph., Keller, K.L. -Managementul marketingului. Ed. Teora, Ediția a 5- a. București, 2008
6. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М., «Дело» 1997.

#### **B. Suplimentară:**

1. Vlădescu C. Managementul serviciilor de sanatate. București, Expert, 2000.
2. Popescu A. Management și marketing sanitar, asistență și protecție socială. Editura medicală, 1992.

3. Cornelius H., Faire Sh. Știința rezolvării conflictelor. București, Editura știință și tehnică, 1996.
4. Stog L., Caluschi M. Psihologia managerială. Editura Cartier, 2002.
5. Pitariu H. Managementul resurselor umane. București, 1994.

Șef studii rezidenți, asist. univ. Nina Globa

