

**Тематический план самостоятельной работы обучающегося
по дисциплине «Маркетинговые исследования медицинских и
фармацевтических услуг»
для обучающихся 2025 года поступления
по образовательной программе
38.04.02 Менеджмент,
направленность (профиль) Стратегический менеджмент и маркетинг
в здравоохранении
(магистратура),
форма обучения заочная
на 2026-2027 учебный год**

№	Тема самостоятельной работы	Часы (академ.)
4 семестр		
1	Разработка плана проведения маркетингового исследования	146
	Раздел 1. Определение исследовательской проблемы и формулирование задач изучения рынка	10
	Раздел 2. Постановка целей, выбор объекта и предмета исследования	10
	Раздел 3. Разработка логики исследования и обоснование исследовательского дизайна	10
	Раздел 4. Планирование этапов, сроков, ресурсов и организационного обеспечения исследования	10
	Раздел 5. Формирование информационной базы и работа с вторичными источниками данных	10
	Раздел 6. Выбор методов и инструментов получения первичной маркетинговой информации	10
	Раздел 7. Проектирование количественного исследования и определение параметров выборки	10
	Раздел 8. Конструирование анкеты и подготовка процедуры проведения опроса	10
	Раздел 9. Планирование качественного исследования: наблюдение, интервью и экспертные оценки	10
	Раздел 10. Организация фокус-группового исследования и подготовка материалов для модерации	10
	Раздел 11. Проектирование тестов, холл-тестов и процедур оценки рекламных решений	10
	Раздел 12. Выбор методов обработки, анализа и визуализации исследовательских данных	9
	Раздел 13. Подготовка критериев оценки рыночной ситуации и конкурентной среды	9
	Раздел 14. Разработка структуры итогового отчёта, выводов и практических рекомендаций	9

Раздел 15. Обоснование использования результатов исследования в стратегическом маркетинговом планировании	9
Контрольный раздел	1

Рассмотрено на заседании кафедры экономики и менеджмента им. Н.П. Григоренко, протокол от «02»июня 2026 г. № 11.

Заведующий кафедрой



С.Ю. Соболева