

**Тематический план занятий семинарского типа
по дисциплине «Брендинг медицинской организации»
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**

№	Тематические блоки	Практическая подготовка в рамках тематического блока ³	Часы (академ.) ₄
3 семестр			
1.	Типология и основные принципы брендинга ¹ . Место бренда в фирменном стиле. Классификация бренда. Принципы работы с брендом. Бренд и его роль в корпоративной стратегии. Ключевые решения в области брендинга ² .	-	2
2.	Стратегический анализ бренда ¹ . Назначение анализа. Источники информации. Анализ потребителей: «погружение», метод градуирования, использование фокус-групп. Сегментация рынка (процесс 5W). Технология brand mapping. Анализ брендов конкурентов: позиции конкурентов, анализ сильных и слабых сторон, семиотический анализ. Анализ бренда компании: структура бренда, анализ сильных и слабых сторон, связи с другими брендами ² .	-	2
3.	Анализ портфеля брендов ¹ . Цели создания и общие принципы управления портфелем брендов. Иерархия брендов. Архитектура бренда. Взаимоотношения брендов: дом брендов, бренд-дом. Аудит портфеля брендов. Портфельный анализ: McKinsey/GE, матрица качественного анализа McKinsey. Оценка прибыльности портфеля брендов ² .	-	2
4.	Процесс управления брендом ¹ . Управление брендами с помощью концепции жизненного цикла товара. Жизненный цикл бренда. Рычаги усиления бренда. Расширение бренда. Создание ассортиментных брендов. Растягивание бренда. Совместный брендинг. Ингредиентный брендинг. Перепозиционирование брендов. Ликвидация бренда. Ребрендинг ² .	-	4
5.	Бренд-коммуникации ¹ . Роль интегрированных маркетинговых коммуникаций в создании сильных брендов. «Колесо бренд-менеджмента»: воздействие на 360°. Роль рекламы в создании и продвижении брендов. Создание брендов без использования рекламы: спонсорство как инструмент создания бренда,	ПП	2

	создание брендов в Интернет ²		
Итого			12

¹ – тема

² – сущностное содержание

³ – ПП (практическая подготовка)

⁴ – один тематический блок включает в себя несколько занятий, продолжительность одного занятия 45 минут, с перерывом между занятиями не менее 5 минут

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

Заведующий кафедрой



С.Ю. Соболева