

**Тематический план занятий семинарского типа
по дисциплине «Маркетинговые исследования рынка 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**

№	Тематические блоки	Практическая подготовка в рамках тематического блока ³	Часы (академ.) ⁴
4 семестр			
1.	Предварительные вопросы организации маркетинговых исследований рынка. ¹ . Разработка плана проведения маркетингового исследования ² .	-	2
2.	Процесс маркетингового исследования. ¹ . Сбор и анализ вторичной информации ² .	-	2
3.	Количественные методы. ¹ . Анкетирование как основной количественный метод сбора информации ² .	-	2
4.	Качественные методы. Наблюдение. Интервью. Работа с экспертами. ¹ . Фокус-группы: особенности, методика проведения, обработка результатов. Роль модератора ² .	-	2
5.	Маркетинговый анализ рынков. ¹ . Тестирование и холл-тесты, их возможности и обработка результатов. Тестирование рекламы ² .	ПП	4
6.	Стратегический анализ рынков ¹ .	-	2
Итого			14

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