

**Тематический план занятий семинарского типа
по дисциплине «Основы маркетинга на предприятиях медико-технического
профиля»
для обучающихся 2023 года поступления
по образовательной программе
12.03.04 Биотехнические системы и технологии,
направленность (профиль) Клиническая инженерия,
(бакалавриат),
форма обучения очная
на 2026-2027 учебный год**

№	Тематические блоки	Практическая подготовка в рамках тематического блока ³	Часы (академ.) ⁴
7 семестр			
1.	Введение в маркетинг ¹ . Цели и функции маркетинга. Основные понятия маркетинга. Управление маркетингом. Роль маркетинга в управлении предприятием. Процесс управления маркетингом ² .	-	2
2.	Маркетинговая среда ¹ . Микросреда и ее характеристики. Основные факторы макросреды и их влияние на маркетинговую стратегию. Фирмы-субъекты микросреды. Сегментация рынка. Последовательность формирования сегмента рынка. Критерии сегментации рынка потребительских товаров: географический, демографический, социально-экономический, поведенческий, психографический ² .	-	2
3.	Покупательское поведение потребителей ¹ . Основные характеристики покупательского поведения. Модель покупательского поведения. Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение. Типы покупательского поведения. Процесс принятия решений о покупке ² .	-	2
4.	Товар в маркетинговой деятельности. Товарные стратегии фирмы ¹ . Понятие товара в маркетинге. Классификация товаров. Товарные марки. Упаковка товаров. Товарная номенклатура, товарный ассортимент. Широта, глубина, насыщенность, гармоничность товарной номенклатуры. Стратегия разработки нового товара. Жизненный цикл товаров. Этапы жизненного цикла товаров. Матрицы	ПП	4

	стратегического планирования ² .		
5.	Разработка ценовой политики фирмы ¹ . Постановка задач ценообразования. Методы ценообразования: ориентация на издержки, спрос, конкуренцию. Методика расчёта уровня цены. Особенности установления цены на новый товар. Ценовые стратегии ² .		2
6.	Распространение товара в комплексе маркетинга ¹ . Формирование системы распределения. Выбор типов и видов каналов сбыта. Управление каналами сбыта ² .		2
7.	Продвижение товара в комплексе маркетинга ¹ . Стимулирование в каналах сбыта, комплекс интегрированных маркетинговых коммуникаций. Реклама. Персональные продажи. Комплекс поддержки продаж. Паблик Рилейшнз. Разработка бюджета на систему формирования и стимулирования сбыта ² .		2
8.	Система маркетинговых коммуникаций ¹ . Организация маркетинговых исследований Методика маркетингового исследования ² .		2
Итого			18

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