

**Тематический план самостоятельной работы обучающегося
по дисциплине «Поведение потребителей»
для обучающихся 2026 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.)
2 семестр		
1	Анализ поведения потребителя	74
	Раздел 1. Поведенческая ориентация маркетинга и ее значение для рыночной стратегии организации	10
	Раздел 2. Формирование потребительской лояльности и практики удержания клиентов	10
	Раздел 3. Исследовательские подходы к изучению потребительского поведения	10
	Раздел 4. Выбор и применение количественных и качественных инструментов исследования потребителей	10
	Раздел 5. Анализ стиля жизни, ценностных установок и социально-психологических характеристик потребителей	8
	Раздел 6. Моделирование потребительского выбора и оценка этапов принятия решения о покупке	8
	Раздел 7. Оценка личностных, мотивационных и социальных факторов потребительского поведения	8
	Раздел 8. Исследование потребительского поведения в цифровой среде и оценка digital-коммуникаций	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