

**Тематический план самостоятельной работы обучающегося
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**

№	Тема самостоятельной работы	Часы (академ.)
3 семестр		
1	Разработка стратегии брендинга медицинской организации	114
	Раздел 1. Роль бренда в развитии и конкурентном позиционировании медицинской организации	10
	Раздел 2. Выбор бренд-модели и формирование фирменной идентичности организации	10
	Раздел 3. Подготовка информационной базы для разработки бренд-стратегии	10
	Раздел 4. Исследование пациентов и определение целевых сегментов медицинских услуг	10
	Раздел 5. Оценка конкурентного окружения и восприятия бренда медицинской организации	10
	Раздел 6. Диагностика текущего бренда и его связей с другими брендами	9
	Раздел 7. Построение бренд-архитектуры и системы взаимоотношений брендов	9
	Раздел 8. Оценка состава, результативности и экономической отдачи бренд-портфеля	9
	Раздел 9. Управление развитием бренда на различных этапах его жизненного цикла	9
	Раздел 10. Инструменты обновления, расширения и трансформации бренда	9
	Раздел 11. Формирование комплексных коммуникаций для укрепления бренда	9
	Раздел 12. Использование рекламных, цифровых и партнёрских инструментов продвижения бренда	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