

**Тематический план занятий семинарского типа
по дисциплине «МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА МЕДИЦИНСКИХ
И ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ УСЛУГ»
для обучающихся
по направлению подготовки «Менеджмент», профиль «Стратегический менеджмент
и маркетинг в здравоохранении» (уровень магистратуры)
в 2022-2023 учебном году**

2.4.1. Очно-заочная форма обучения

№	Тематические блоки	Часы (академ.)
1.	Разработка плана проведения маркетингового исследования	2
2.	Сбор и анализ вторичной информации.	2
3.	Анкетирование как основной количественный метод сбора информации	2
4.	Фокус-группы: особенности, методика проведения, обработка результатов. Роль модератора	2
5.	Тестирование и холл-тесты, их возможности и обработка результатов. Тестирование рекламы.	2
6.	Стратегический анализ рынков.	2
	Итого	12

2.4.2. Заочная форма обучения

№	Тематические блоки	Часы (академ.)
1.	Разработка плана проведения маркетингового исследования	2
2.	Сбор и анализ вторичной информации.	2
3.	Анкетирование как основной количественный метод сбора информации	4
4.	Фокус-группы: особенности, методика проведения, обработка результатов. Роль модератора	2
5.	Тестирование и холл-тесты, их возможности и обработка результатов. Тестирование рекламы.	2
6.	Стратегический анализ рынков.	2
	Итого	14

Обсуждено на заседании кафедры экономики и менеджмента, протокол № 13 от «01» июня 2022 г.

Заведующий кафедрой



С.Ю. Соболева

