

Модуль 1. Медицинское и фармацевтическое товароведение

Тема 3. Методологические аспекты товароведческого маркетингового анализа. Квалиметрические методы в маркетинговом анализе.

Вопросы для письменного опроса:

- ✓ метод
- ✓ общенаучные методы анализа
- ✓ аналитико-прогностические методы анализа анализ
- ✓ виды анализа синтез дедукция индукция

Вопросы для устного опроса:

1. Методы, применяемые в товароведении.
2. Методы, применяемые в маркетинговом анализе.
3. Виды квалиметрических методов в маркетинговом анализе.
4. Метод экспертных оценок.
5. Метод расстановки приоритетов.
6. Метод группировки.
7. Фармакоэкономический анализ.
8. Метода анализа сред организации.
9. Метод анкетирования.

Перечень проблемно-ситуационных задач:

1. Объясните, почему целесообразно применять метод ранжирования при проведении маркетингового анализа.
2. Объясните, почему чаще всего в товароведческом анализе применяют органолептический метод.
3. Объясните, как оценивают компетентность экспертов при использовании метода экспертных оценок.
4. Объясните, как осуществляется выборка при анализе и оценивается ее репрезентативность, каков должен быть объем выборки.

Основная литература для изучения темы:

1. Медицинское и фармацевтическое товароведение. [Электронный ресурс]. Учебник /О.А. Васнецова, 2009. - 608 с.
2. Васнецова О.А. «Медицинское и фармацевтическое товароведение»: учебник+CD, Авторская академия, 2016. – 424 стр.
3. Медицинское и фармацевтическое товароведение. [Электронный ресурс]. Учебник/ С.З. Умаров, И.А. Наркевич, Н.Л. Костенко, Т.Н. Пучинина, 2004. -368 с.