

Розширений план лекцій

З ДИСЦИПЛІНИ «СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ»

лекційних годин 30

Викладач – Замлинська О.В.

Змістовий модуль 1

Тема 1. СУТНІСТЬ І СФЕРА СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ

Змістовий модуль 2

Тема 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА

Лекція 2. Маркетингове середовище підприємства

Лекція 3. Стратегічні рекомендації аналізу маркетингового середовища

Змістовий модуль 3

Тема 3. МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЧНА СЕГМЕНТАЦІЯ

Лекція 4. Макросегментація ринку продукції підприємства

Лекція 5. Мікросегментація ринку продукції підприємства

Змістовий модуль 4

Тема 4. ФОРМУВАННЯ І ВИБІР ЦІЛЮВИХ СЕГМЕНТІВ ПІДПРИЄМСТВА

Лекція 6. Здійснення стратегії сегментування ринку

Лекція 7. Аналіз ринкового попиту

Лекція 8. Методи прогнозування попиту на цільовому ринку

Змістовий модуль 5

Тема 5. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПОРТФЕЛЕМ БІЗНЕСУ ФІРМИ

Лекція 9. Аналіз портфеля напрямів бізнес-діяльності підприємства

Лекція 10. Управління асортиментом продукції на підприємстві

Змістовий модуль 6

Тема 6. ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

Лекція 11. Визначення конкурентних переваг підприємства

Змістовий модуль 7

Тема 7. МАРКЕТИНГОВІ КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ

Лекція 12. Маркетингові конкурентні стратегії

Змістовий модуль 8

Тема 8. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ЗРОСТАННЯ

Лекція №13. Маркетингові стратегії зростання

Змістовий модуль 9

Тема 9. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ

Лекція №14. Маркетингові стратегії диверсифікації

Змістовий модуль 10

Тема 10. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ ТА ПОЗИЦІОНУВАННЯ

Лекція №15. Маркетингові стратегії диференціації та позиціонування