

ПЛАН ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

З ДИСЦИПЛІНИ «СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ»

Практичні заняття, годин – 14

Викладач – Замлинська О.В.

Обсяг у годинах	Тема та стислий зміст практичного заняття	Мета заняття
1	2	3
2	<p>Заняття 1. Сутність і сфера стратегічного маркетингу</p> <p>1. Сутність та ціль стратегічного маркетингу. 2. Основні категорії стратегічного маркетингу. 3. Вхідні та вихідні елементи маркетингових стратегій. 4. Класифікація маркетингових стратегій.</p>	<p>Опанувати сутність, категорії стратегічного маркетингу та елементи маркетингових стратегій</p>
2	<p>Заняття 2. Аналіз маркетингового середовища</p> <p>1. Сутність маркетингового середовища. 2. Складові маркетингового макро- та мікросередовища. 3. П'ять сил конкуренції за М. Портером. 4. Етапи аналізу маркетингового середовища. 5. Аналіз сильних та слабких сторін фірми, маркетингових можливостей та загроз.</p>	<p>Засвоїти зміст, завдання, етапи аналізу маркетингового середовища, вміти аналізувати ринкові можливості і загрози, розвивати можливості та знешкоджувати загрози.</p>
2	<p>Заняття 3. Маркетингова стратегічна сегментація. Формування і вибір цільових сегментів підприємства</p> <p>1. Виникнення, сутність і зміст STP-маркетингу. 2. Фактори та принципи ефективної сегментації. 3. Стратегії недиференційованого, диференційованого та концентрованого маркетингу. 4. Оцінка сегментів у процесі вибору цільових сегментів. 5. Маркетингові стратегії вибору цільового ринку</p>	<p>Вміти аналізувати роль сегментації в розробці стратегії підприємства, особливості та умови застосування різних факторів сегментування, вміти обирати стратегічну позицію підприємства. Вміти надати оцінку цільовому сегменту ринку, вирішувати стратегічне питання вибору цільових сегментів залежно від товарно-сегментної структури ринку.</p>
2	<p>Заняття 4. Маркетингове управління портфелем бізнесу фірми</p> <p>1. Сутність маркетингового управління портфелем бізнесу підприємства. 2. Стратегічна модель Портера. 3. Сутність матриці БКГ (матриці росту) та стратегії, запропоновані в моделі. 4. Характеристика та стратегії СГП в матриці «Мак Кінсі» (матриця привабливості ринку)</p>	<p>Опанувати особливості та сфери застосування різноманітних матричних моделей.</p>

2	<p>Заняття 5. Визначення конкурентних переваг підприємства. Конкурентні маркетингові стратегії</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність та сфери конкурентних переваг. 2. Нова матриця Бостонської консалтингової групи. 3. Маркетингові стратегії ринкового лідера. 4. Маркетингові стратегії членджерів 5. Маркетингові стратегії послідовників 6. Маркетингові стратегії нішерів 	<p>Засвоїти сутність та сфери конкурентних переваг і вміти формувати на основі цього маркетингову стратегію.</p> <p>Вивчити існуючі класифікації маркетингових конкурентних стратегій, опанувати особливості та практичне застосування окремих різновидів маркетингових стратегій для фірми в цілому та її підрозділів.</p>
2	<p>Заняття 6. Маркетингові стратегії зростання</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетингові стратегії інтенсивного росту. 2. Маркетингові стратегії інтегративного росту. 3. Маркетингові стратегії диверсифікації. 	<p>Вміти аналізувати та вирішувати стратегічне питання вибору конкретних видів маркетингових стратегій зростання в залежності від ситуації, що склалася на підприємстві та ринку в цілому.</p>
2	<p>Заняття 7. Маркетингові стратегії диференціації та позиціонування</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність та різновиди стратегії диференціації. 2. Сутність та різновиди стратегії позиціонування. 	<p>Засвоїти сутність стратегій диференціації і позиціонування, вміти аналізувати та надавати оцінку єдностей та відмінностей даних стратегій.</p>