

**Тематический план занятий лекционного типа  
по дисциплине «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ»  
для обучающихся  
по направлению подготовки «Менеджмент», профиль «Стратегический менеджмент  
и маркетинг в здравоохранении» (уровень магистратуры)  
в 2022-2023 учебном году**

**2.3.1. Очно-заочная форма обучения**

№	Темы занятий лекционного типа	Часы (академ.)
1.	<p>Стратегический маркетинг: основные понятия, идеи и концепции.<sup>1</sup></p> <p>Маркетинг в рыночной экономике: место, роль, значение в решении стратегических задач предприятия. Стратегические цели маркетинга. Содержание, процедуры и структура задач стратегического маркетинга. Сходства и отличия стратегического и операционного маркетинга. Современные особенности и специфика стратегического маркетинга. Прикладные аспекты маркетинговой деятельности фирмы: аналитический (понимание рынков, всесторонний их анализ), активный (проникновение на рынки, воздействие на них). Объекты стратегического маркетинга. Влияние стратегического маркетинга на эффективность объектов.<sup>2</sup></p>	2
2.	<p>Система маркетинговых стратегий.</p> <p>Иерархия стратегий в маркетинге. Выбор целевого сегмента рынка. Уровни маркетинговых стратегий: корпоративный, функциональный, инструментальный. Взаимосвязь спроса, цели, стратегии и инструментов маркетинга. Стратегии регулирования спроса. Международные маркетинговые стратегии.</p> <p>Корпоративные стратегии. Портфельные стратегии (Портфолио-анализ). Маркетинговая стратегическая матрица. Матрица возможностей рынок/продукт. Матрица «Бостон консалтинг групп (БКГ)». Стратегии роста. Интенсивный рост. Интеграционный рост. Диверсификация: концентрическая, горизонтальная, конгломератная (латеральная). Конкурентные стратегии. Преимущества и недостатки стратегических моделей.</p> <p>Функциональные стратегии. Стратегии сегментации рынка. Альтернативные методы удовлетворения целевого рынка. Принципы сегментирования рынка. Стратегии позиционирования. Этапы позиционирования.</p>	2

	<p>Сегментирование, позиционирование, дифференциация: продуктовая, сервисная, персонала, имиджа. Ошибки позиционирования. Стратегии комплекса маркетинга (маркетинг-микс).</p> <p>Инструментальные стратегии. Стратегические решения для элементов комплекса маркетинга. Стратегические решения продуктовой политики. Стратегические решения ценовой политики. Стратегические решения сбытовой политики. Стратегические решения коммуникативной политики.</p>	
3.	<p>Управление стратегическим маркетингом.</p> <p>Основные компоненты и этапы стратегического управления. Сущность и последовательность осуществления стратегического маркетингового планирования. Выбор целей стратегического маркетинга; оценка рисков, планирование непредвиденных обстоятельств. Организация стратегического маркетинга. Стратегический маркетинговый контроль. Уровни контроля: контроль глобальных целей и стратегий, контроль плановых гипотез и прогнозов, контроль стратегического планирования, стратегический надзор, контроль тактического планирования, контроль оперативного планирования, оперативный контроль.</p>	2
4.	<p>Применение матричных методов в стратегическом анализе.</p> <p>Матрица GE/ McKinsey –анализ сравнительной привлекательности рынка и конкурентоспособности бизнеса. Матрица ADL – анализ жизненного цикла отрасли и относительного положения на рынке. Матрица Scell/DPM –анализ привлекательности ресурсоемкой отрасли в зависимости от конкурентоспособности.</p>	2
5.	<p>Особенности реализации маркетинговых стратегий.</p> <p>Крупные фирмы: множественная сегментация, диверсификация. Средние фирмы: одномерная или двумерная сегментация, специализация. Мелкие фирмы: концепция пяти «пи»: кадры, товар, цена, распределение, продвижение. Выбор стратегии маркетинга предприятия: анализ портфеля направлений деятельности; стратегия развития; стратегия роста; конкурентная стратегия; стратегия освоения зарубежных рынков. Реализация стратегии маркетинга: стратегические решения в товарной политике; стратегические решения по каналам сбыта; стратегические решения по ценообразованию; стратегические решения по коммуникациям.</p>	2

Итого	10
-------	----

<sup>1</sup> – тема лекции

<sup>2</sup> – сущностное содержание лекции

### 2.3.2. Заочная форма обучения

№	Темы занятий лекционного типа	Часы (академ.)
1	<p>Стратегический маркетинг: основные понятия, идеи и концепции.<sup>1</sup></p> <p>Маркетинг в рыночной экономике: место, роль, значение в решении стратегических задач предприятия. Стратегические цели маркетинга. Содержание, процедуры и структура задач стратегического маркетинга. Сходства и отличия стратегического и операционного маркетинга. Современные особенности и специфика стратегического маркетинга. Прикладные аспекты маркетинговой деятельности фирмы: аналитический (понимание рынков, всесторонний их анализ), активный (проникновение на рынки, воздействие на них). Объекты стратегического маркетинга. Влияние стратегического маркетинга на эффективность объектов.<sup>2</sup></p>	2
2	<p>Система маркетинговых стратегий.</p> <p>Иерархия стратегий в маркетинге. Выбор целевого сегмента рынка. Уровни маркетинговых стратегий: корпоративный, функциональный, инструментальный. Взаимосвязь спроса, цели, стратегии и инструментов маркетинга. Стратегии регулирования спроса. Международные маркетинговые стратегии.</p> <p>Корпоративные стратегии. Портфельные стратегии (Портфолио-анализ). Маркетинговая стратегическая матрица. Матрица возможностей рынок/продукт. Матрица «Бостон консалтинг групп (БКГ)». Стратегии роста. Интенсивный рост. Интеграционный рост. Диверсификация: концентрическая, горизонтальная, конгломератная (латеральная). Конкурентные стратегии. Преимущества и недостатки стратегических моделей.</p> <p>Функциональные стратегии. Стратегии сегментации рынка. Альтернативные методы удовлетворения целевого рынка. Принципы сегментирования рынка. Стратегии позиционирования. Этапы позиционирования. Сегментирование, позиционирование, дифференциация:</p>	2

	<p>продуктовая, сервисная, персонала, имиджа. Ошибки позиционирования. Стратегии комплекса маркетинга (маркетинг-микс).</p> <p>Инструментальные стратегии. Стратегические решения для элементов комплекса маркетинга. Стратегические решения продуктовой политики. Стратегические решения ценовой политики. Стратегические решения сбытовой политики. Стратегические решения коммуникативной политики.</p>	
3	<p>Управление стратегическим маркетингом.</p> <p>Основные компоненты и этапы стратегического управления. Сущность и последовательность осуществления стратегического маркетингового планирования. Выбор целей стратегического маркетинга; оценка рисков, планирование непредвиденных обстоятельств. Организация стратегического маркетинга. Стратегический маркетинговый контроль. Уровни контроля: контроль глобальных целей и стратегий, контроль плановых гипотез и прогнозов, контроль стратегического планирования, стратегический надзор, контроль тактического планирования, контроль оперативного планирования, оперативный контроль.</p>	2
4	<p>Применение матричных методов в стратегическом анализе.</p> <p>Матрица GE/ McKinsey – анализ сравнительной привлекательности рынка и конкурентоспособности бизнеса. Матрица ADL – анализ жизненного цикла отрасли и относительного положения на рынке. Матрица Scell/DPM – анализ привлекательности ресурсоемкой отрасли в зависимости от конкурентоспособности.</p>	2
5	<p>Особенности реализации маркетинговых стратегий.</p> <p>Крупные фирмы: множественная сегментация, диверсификация. Средние фирмы: одномерная или двумерная сегментация, специализация. Мелкие фирмы: концепция пяти «пи»: кадры, товар, цена, распределение, продвижение. Выбор стратегии маркетинга предприятия: анализ портфеля направлений деятельности; стратегия развития; стратегия роста; конкурентная стратегия; стратегия освоения зарубежных рынков. Реализация стратегии маркетинга: стратегические решения в товарной политике; стратегические решения по каналам</p>	2

	сбыта; стратегические решения по ценообразованию; стратегические решения по коммуникациям.	
	Итого	10

<sup>1</sup> – тема лекции

<sup>2</sup> – сущностное содержание лекции

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

Заведующий кафедрой



С.Ю. Соболева