

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ
 по учебной дисциплине «Стратегический маркетинг» для студентов заочной
 формы обучения по учебному плану БЗс-26-02-7-22у от 24.02.2022.

№ п. п.	Название темы	Часы
1	Сущность стратегического маркетинга	-
2	Управление стратегическим маркетингом	-
3	Базовые стратегии развития организации	-
4	Аудит маркетинга. оценка маркетинговых возможностей организации	4
5	Стратегии сегментации и позиционирования в стратегическом маркетинге	-
6	Конкурентный потенциал и конкурентные стратегии развития организации	-
7	Концепция жизненного цикла товара в разработке маркетинговых стратегий	-
8	Применение матричных методов в стратегическом маркетинговом анализе	-
9	Реализация маркетинговых стратегий на уровне товара	-
10	Реализация маркетинговых стратегий на уровне цены	-
11	Реализация маркетинговых стратегий на уровне коммуникаций	-
12	Реализация маркетинговых стратегий на уровне распределения	-
	Итого	4

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ
 по учебной дисциплине «Стратегический маркетинг» для студентов заочной
 формы обучения по учебному плану БВШ-26-02-7-23у от 29.03.2023.

№ п. п.	Название темы	Часы
1	Сущность стратегического маркетинга	-
2	Управление стратегическим маркетингом	-
3	Базовые стратегии развития организации	-
4	Аудит маркетинга. оценка маркетинговых возможностей организации	4
5	Стратегии сегментации и позиционирования в стратегическом маркетинге	-
6	Конкурентный потенциал и конкурентные стратегии развития организации	-
7	Концепция жизненного цикла товара в разработке маркетинговых стратегий	-
8	Применение матричных методов в стратегическом маркетинговом анализе	-
9	Реализация маркетинговых стратегий на уровне товара	-
10	Реализация маркетинговых стратегий на уровне цены	-
11	Реализация маркетинговых стратегий на уровне коммуникаций	-
12	Реализация маркетинговых стратегий на уровне распределения	-
	Итого	4