

Чувакова С. Г.

Стратегический маркетинг: Учебное пособие / С. Г. Чувакова. — 2-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2012. — 272 с.

Содержание

Тема 1. Предмет и методы стратегического маркетинга

- 1.1. Сущность стратегического маркетинга, его базовые элементы
 - 1.2. Функции и задачи стратегического маркетинга
 - 1.3. Сфера деятельности стратегического маркетинга
- Вопросы для самоконтроля

Тема 2. Разработка стратегии предприятия

- 2.1. Сущность стратегии предприятия
 - 2.2. Типы стратегий развития бизнеса
 - 2.3. Выбор стратегии фирмы
- Вопросы для самоконтроля

Тема 3. Внешний и внутренний анализ в ходе стратегического управления рынком организации

- 3.1. Внешний анализ и его составляющие
 - 3.2. Анализ непосредственного окружения
 - 3.3. Анализ среды
 - 3.4. Методы анализа среды
 - 3.5. Внутренний анализ и его элементы
- Вопросы для самоконтроля

Тема 4. Анализ привлекательности рынка

4.1. Основные направления анализа рынка.

Оценка тенденций развития рынка

4.2. Анализ прибыльности рынка

Вопросы для самоконтроля

Тема 5. Анализ конкурентоспособности фирмы

5.1. Методы оценки конкурентоспособности организации

5.2. Определение коэффициента конкурентоспособности в состоянии статики

5.3. Устойчивые конкурентные преимущества

5.4. Стратегии создания конкурентных преимуществ

Вопросы для самоконтроля

Тема 6. Стратегии конкурентной борьбы и их виды

6.1. Чистые стратегии конкурентной борьбы

6.2. Конкурентные маркетинговые стратегии Ф. Котлера

6.3. Базовые стратегии конкурентной борьбы в соответствии со стартовыми позициями предприятия

Вопросы для самоконтроля

Тема 7. Позиционные стратегии предприятий

7.1. Позиция фирмы в рыночном пространстве

7.2. Виды стратегий лидеров рынка

7.3. Позиционные стратегии последователей лидеров

7.4. Позиционные стратегии слабых игроков рынка

Вопросы для самоконтроля

Тема 8. Базовые стратегии предпринимательской,
производственно-сбытовой и научно-технической деятельности

8.1. Глобальные направления маркетинговой стратегии

8.2. Комплексный подход Ф. Котлера и М. Портера
к определению маркетинговых стратегий

8.3. Виды маркетинговой стратегии в зависимости от
доли на рынке, рыночного спроса, товарной политики

Вопросы для самоконтроля

Тема 9. Виды стратегий маркетинга

9.1. Стратегия дифференцирования

9.2. Стратегия снижения издержек

9.3. Стратегия фокусирования

9.4. Стратегия упреждающего маневра

9.5. Стратегическое позиционирование

9.6. Стратегии роста

9.7. Стратегия диверсификации

9.8. Стратегии входа на новый рынок

9.9. Стратегии продажи и ликвидации бизнеса

Вопросы для самоконтроля

Тема 10. Разработка стратегии управления продуктом...

10.1. Сущность и основные требования
к стратегии маркетинга

10.2. Товарная стратегия и ее элементы

10.3. Виды товарных стратегий

10.4. Стратегия продукта на отдельных фазах

его жизненного цикла

Вопросы для самоконтроля

Тема 11. Разработка стратегии ценообразования

11.1. Сущность ценовой стратегии

11.2. Виды стратегий ценообразования

Вопросы для самоконтроля

Тема 12. Разработка стратегии

распределения продукта

12.1. Стратегия распределения и ее основные элементы

12.2. Структура канала распределения

12.3. Виды масштаба распределения

12.4. Модификация каналов распределения

Вопросы для самоконтроля

Тема 13. Разработка стратегии

маркетинговых коммуникаций

13.1. Сущность стратегии маркетинговых коммуникаций...

13.2. Методы определения затрат на продвижение

13.3. Реклама как элемент стратегии маркетинговых
коммуникаций

13.4. Стратегия персональных продаж

13.5. Роль стимулирования сбыта
в продвижении товаров

Вопросы для самоконтроля

Тема 14. Бенчмаркинг и маркетинговые исследования в
разработке стратегий маркетинга

14.1. Сущность стратегически ориентированного маркетингового
исследования

14.2. Сущность и история развития бенчмаркинга

14.3. Эволюция понятия «бенчмаркинг»

14.4. Виды и принципы бенчмаркинга

Вопросы для самоконтроля

Тема 15. Стратегии международного маркетинга

15.1. Этапы выхода фирмы на зарубежные рынки

15.2. Сущность стратегии международного маркетинга

15.3. Способы выхода на зарубежные рынки

15.4. Особенности комплекса маркетинга

на зарубежных рынках

Вопросы для самоконтроля

Литература,