

**Тематический план самостоятельной работы обучающегося
по дисциплине «Стратегический маркетинг»
для обучающихся 2025 года поступления
по образовательной программе
38.04.02 Менеджмент,
направленность (профиль) Стратегический менеджмент и маркетинг
в здравоохранении
(магистратура),
форма обучения заочная
на 2026-2027 учебный год**

№	Тема самостоятельной работы	Часы (академ.)
4 семестр		
1	Разработка маркетинговой стратегии	144
	Раздел 1. Роль стратегической ориентации маркетинга в развитии организации и повышении её рыночной результативности	10
	Раздел 2. Объекты, цели и аналитико-активные задачи стратегического маркетинга	10
	Раздел 3. Сопоставление стратегического и операционного уровней маркетинговой деятельности	10
	Раздел 4. Выбор методологических подходов к обоснованию стратегических маркетинговых решений	10
	Раздел 5. Формирование иерархии маркетинговых стратегий организации	10
	Раздел 6. Определение целевых рыночных сегментов и вариантов удовлетворения спроса	10
	Раздел 7. Управление спросом и разработка стратегий рыночного роста	10
	Раздел 8. Портфельный анализ направлений деятельности и выбор конкурентной позиции	10
	Раздел 9. Использование матричных моделей при разработке маркетинговой стратегии	9
	Раздел 10. Дифференциация, позиционирование и формирование конкурентных преимуществ	9
	Раздел 11. Стратегические решения в отношении продукта и ценовой политики	9
	Раздел 12. Стратегические решения в сфере распределения и маркетинговых коммуникаций	9
	Раздел 13. Организация стратегического маркетингового планирования и оценка рисков	9
	Раздел 14. Реализация стратегии и построение системы стратегического контроля	9
	Раздел 15. Адаптация маркетинговых стратегий к масштабу, спе-	9

специализации и направлениям развития организации	
Контрольный раздел	1

Рассмотрено на заседании кафедры экономики и менеджмента
им. Н.П. Григоренко, протокол от «02»июня 2026 г. № 11.

Заведующий кафедрой



С.Ю. Соболева