

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ

факультет цивільного захисту

кафедра управління та організації діяльності у сфері цивільного захисту

**Методична розробка щодо проведення семінарського заняття** з навчальної дисципліни «Стратегічний маркетинг у сфері цивільного захисту».

Тема семінару № 1 Стратегічний маркетинг як перша функція управління.

м. Харків

**Місце проведення:** аудиторія за розкладом занять.

**Час проведення:** 80 хвилин.

**Матеріальне забезпечення:** мультимедійний проектор.

**Мета семінарського заняття:**

1. Перевірити, систематизувати та поглибити знання курсантів , студентів з теми 2. Розвивати у курсантів, студентів вміння та навички дискутувати з приводу проблемних питань. 3. Виховувати риси гуманної особистості, відповідальності за доручену справу.

**Загальні методичні вказівки**

1.Перевірити наявність курсантів (студентів) на заняття та визначення цілей.

2.Визначити тему семінарського заняття, доцільність її вивчення та місце в системі дисциплін, що вивчаються.

3.Перевірити, систематизувати та поглибити знання курсантів , студентів (обговорення питань семінарського заняття).

4.Підвести підсумки та розкрити завдання для самостійного вивчення питань теми. **План семінарського заняття**

1. Сутність стратегічного маркетингу.

2. Предмет стратегічного маркетингу.

3. Ланцюг: потреби – цінності – товари - ринки.

4. Ієрархія потреб за А. Маслоу.

5. Теорії цінностей.

6. Класифікація цінностей.

7. Стратегічний і тактичний маркетинг.

8. Класифікація об'єктів стратегічного маркетингу.

9 Сучасний стан та тенденції розвитку стратегічного маркетингу у різних за рівнем розвитку країнах.

10 Значення стратегічного маркетингу для розвитку сфери цивільного захисту країн.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ

факультет цивільного захисту

кафедра управління та організації діяльності у сфері цивільного захисту

**Методична розробка щодо проведення семінарського заняття** з навчальної дисципліни «Стратегічний маркетинг у сфері цивільного захисту».

Тема семінару № 2 Основні поняття стратегічного маркетингу.

м. Харків

**Місце проведення:** аудиторія за розкладом занять.

**Час проведення:** 80 хвилин.

**Матеріальне забезпечення:** мультимедійний проектор.

**Мета семінарського заняття:**

1. Перевірити, систематизувати та поглибити знання курсантів , студентів з теми
2. Розвивати у курсантів, студентів вміння та навички дискутувати з приводу проблемних питань.
3. Виховувати риси гуманної особистості, відповідальності за доручену справу.

**Загальні методичні вказівки**

- 1.Перевірити наявність курсантів (студентів) на заняття та визначення цілей.
- 2.Визначити тему семінарського заняття, доцільність її вивчення та місце в системі дисциплін, що вивчаються.
- 3.Перевірити, систематизувати та поглибити знання курсантів , студентів (обговорення питань семінарського заняття).
- 4.Підвести підсумки та розкрити завдання для самостійного вивчення питань теми. **План семінарського заняття**

1. “Вхід” та “вихід” системи.
2. зовнішнє середовище та зворотний зв’язок.
3. Поняття “стратегічний господарський підрозділ
4. «Портфель» стратегій.
5. «Стратегічний ромб».
6. Сфери і фактори макросередовища організації. 7 .Поняття “інфраструктура ринку”.
8. Фактори мікросередовища організації .
9. SWOT-аналіз.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ

факультет цивільного захисту

кафедра управління та організації діяльності у сфері цивільного захисту

**Методична розробка щодо проведення семінарського заняття** з навчальної дисципліни «Стратегічний маркетинг у сфері цивільного захисту».

Тема семінару № 3 Наукові основи забезпечуючої підсистеми стратегічного маркетингу.

м. Харків

**Місце проведення:** аудиторія за розкладом занять.

**Час проведення:** 80 хвилин.

**Матеріальне забезпечення:** мультимедійний проектор.

**Мета семінарського заняття:**

1. Перевірити, систематизувати та поглибити знання курсантів , студентів з теми
2. Розвивати у курсантів, студентів вміння та навички дискутувати з приводу проблемних питань.
3. Виховувати риси гуманної особистості, відповідальності за доручену справу.

**Загальні методичні вказівки**

- 1.Перевірити наявність курсантів (студентів) на заняття та визначення цілей.
- 2.Визначити тему семінарського заняття, доцільність її вивчення та місце в системі дисциплін, що вивчаються.
- 3.Перевірити, систематизувати та поглибити знання курсантів , студентів (обговорення питань семінарського заняття).
- 4.Підвести підсумки та розкрити завдання для самостійного вивчення питань теми.

**План семінарського заняття**

1. Загальні методи управління та їх характеристика.
2. Специфічні методи управління ,їх застосування в розділах та підрозділах системи цивільного захисту.
3. Місія організації, її відмінності від інших цілей.
4. Ієрархія цілей організації.
5. Правове забезпечення стратегічного маркетингу.
6. Методичне забезпечення стратегічного маркетингу.
- 7 Ресурсне забезпечення стратегічного маркетингу.
8. Інформаційне забезпечення стратегічного маркетингу .

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ

факультет цивільного захисту

кафедра управління та організації діяльності у сфері цивільного захисту

**Методична розробка щодо проведення семінарського заняття з навчальної дисципліни «Стратегічний маркетинг у сфері цивільного».**

Тема семінару № 8 Стратегічні моделі в системі маркетингу.

м. Харків

**Місце проведення:** аудиторія за розкладом занять.

**Час проведення:** 80 хвилин.

**Матеріальне забезпечення:** мультимедійний проектор.

**Мета семінарського заняття:**

1. Перевірити, систематизувати та поглибити знання курсантів , студентів з теми
2. Розвивати у курсантів, студентів вміння та навички дискутувати з приводу проблемних питань.
3. Виховувати риси гуманної особистості, відповідальності за доручену справу.

**Загальні методичні вказівки**

- 1.Перевірити наявність курсантів (студентів) на заняття та визначення цілей.
- 2.Визначити тему семінарського заняття, доцільність її вивчення та місце в системі дисциплін, що вивчаються.
- 3.Перевірити, систематизувати та поглибити знання курсантів , студентів (обговорення питань семінарського заняття).
- 4.Підвести підсумки та розкрити завдання для самостійного вивчення питань теми.

**План семінарського заняття**

1. Стратегічна модель М. Портера.
2. Стратегії концентрації, цінового лідерства та диференціації, їх переваги і недоліки.
3. Матриця Бостонської консультативної групи: етапи побудови, переваги і недоліки.
4. Основні види стратегічних господарських підрозділів матриці Бостонської консультативної групи.
5. Можливі стратегії господарських підрозділів .
6. Матриця “Мак-Кінсі – Дженерал Електрик”.
7. Етапи побудови, основні фактори і показники матриці “Мак-Кінсі – Дженерал Електрик”.
8. Основні види маркетингових стратегій за матрицею “Мак-Кінсі – Дженерал Електрик”.



НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ

факультет цивільного захисту

кафедра управління та організації діяльності у сфері цивільного захисту

**Методична розробка щодо проведення семінарського заняття з навчальної дисципліни «Стратегічний маркетинг у сфері цивільного захисту».**

Тема семінару № 9 Характеристика маркетингових стратегій диференціації.

м. Харків

**Місце проведення:** аудиторія за розкладом занять.

**Час проведення:** 80 хвилин.

**Матеріальне забезпечення:** мультимедійний проектор.

**Мета семінарського заняття:**

1. Перевірити, систематизувати та поглибити знання курсантів , студентів з теми
2. Розвивати у курсантів, студентів вміння та навички дискутувати з приводу проблемних питань.
3. Виховувати риси гуманної особистості, відповідальності за доручену справу.

**Загальні методичні вказівки**

- 1.Перевірити наявність курсантів (студентів) на заняття та визначення цілей.
- 2.Визначити тему семінарського заняття, доцільність її вивчення та місце в системі дисциплін, що вивчаються.
- 3.Перевірити, систематизувати та поглибити знання курсантів , студентів (обговорення питань семінарського заняття).
- 4.Підвести підсумки та розкрити завдання для самостійного вивчення питань теми.

**План семінарського заняття**

1. Товарна диференціація особливості застосування .
2. Сервісна диференціація особливості застосування .
3. Диференціація персоналу особливості застосування .
4. Іміджева диференціація особливості застосування .
5. Сутність позиціювання.
6. Розробка стратегії позиціювання.
7. Побудова позиційної схеми.
8. Різновиди стратегій позиціювання.
9. Оцінка ефективності позиціювання. Помилки при позиціюванні.