

1. Введение

2. Стратегия деятельности

- Потребители
- Конкуренты
- Затраты
- Возможности

3. Определение границ деятельности

4. Пять слагаемых конкуренции

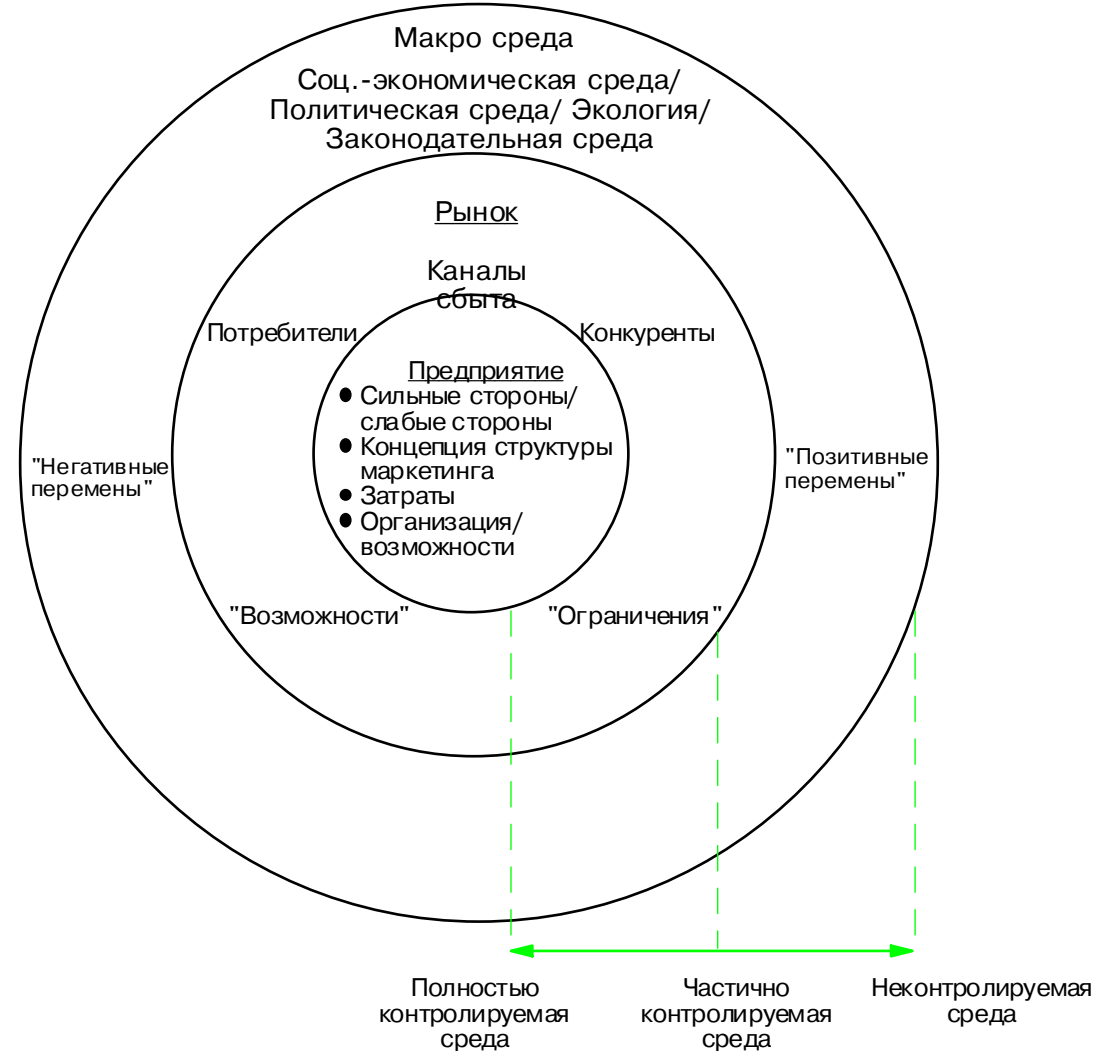
5. Стратегический анализ

## Стратегический маркетинг

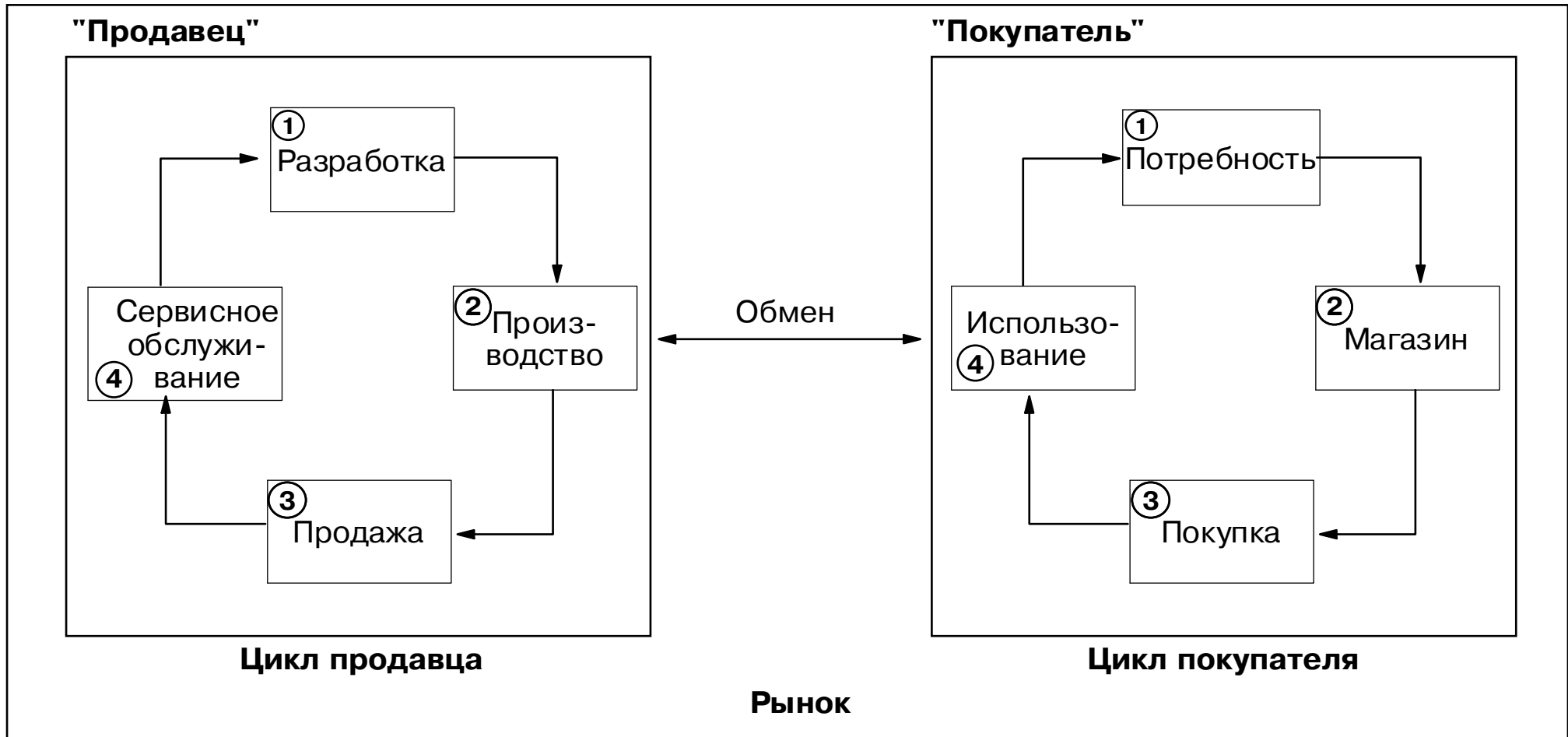
## Свободный рынок

[Слайд # 3]

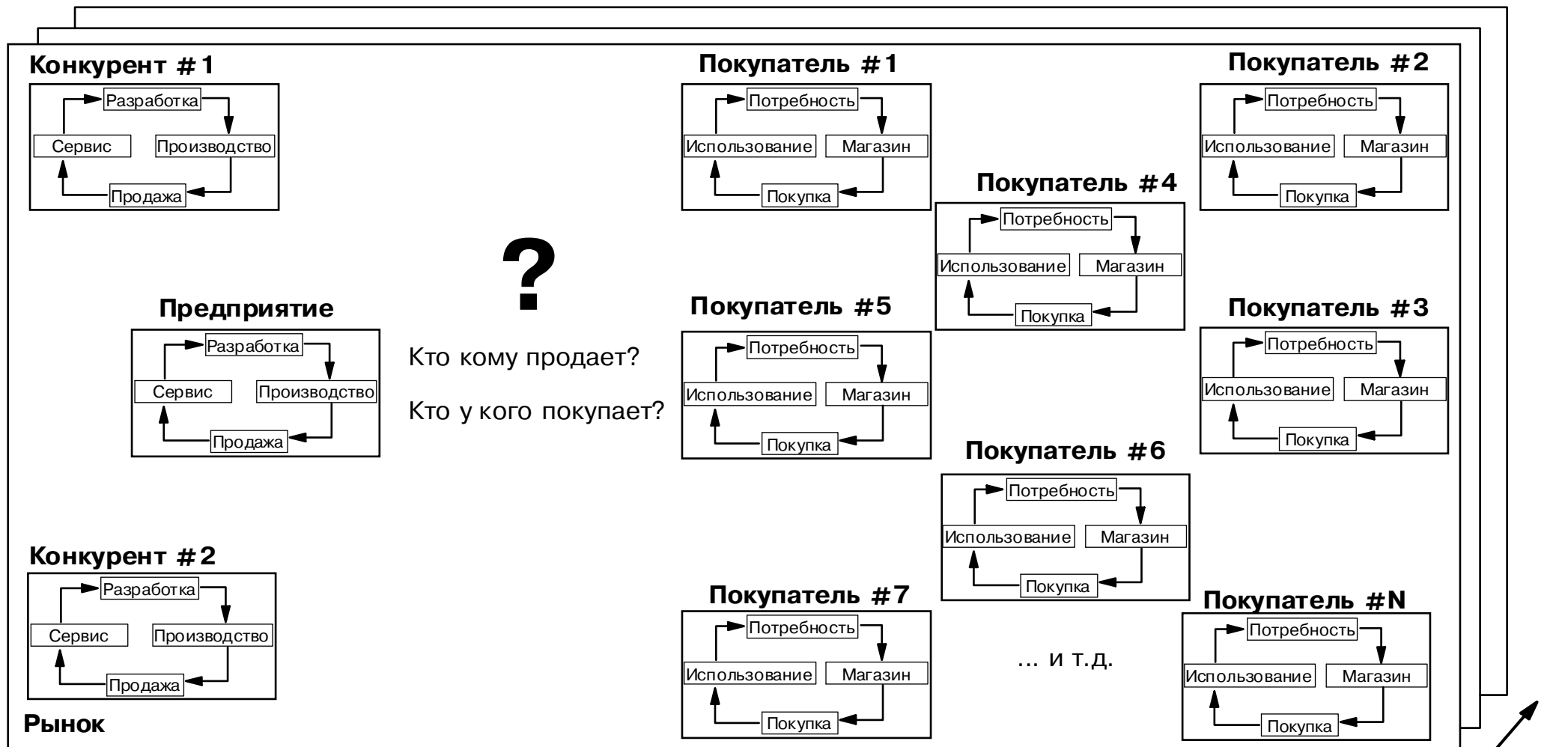
- **Ваше предприятие действует в условиях, которые в разной степени поддаются вашему влиянию**
- **Цели Вашего предприятия - противостоять условиям, не поддающимся контролю, и использовать себе на пользу все остальные**



- **Реализовать эти цели позволяет постоянный анализ рынка и окружающей его среды**



- Рынок - это место, где встречаются и совершают обмен продавцы и покупатели
- Покупатели нуждаются в чем-то, идут в магазин, покупают это и используют
- Продавцы разрабатывают товар, производят его, продают его и (иногда) оказывают сервисное обслуживание



- Конкуренция всегда присутствует на рынках
  - между конкурентными предложениями продуктов
  - между технологиями/товарами-заменителями
  - между рынками
- Конкуренция создает выбор для потребителя и для продавца. Какой рынок/ сегмент выбрать в качестве целевого

**Другие конкурирующие рынки**

