

Конспект

1. Анализ ситуации
2. Благоприятные возможности
3. Дифференцированный маркетинг
4. Единоличное владение
5. Имидж
6. Категория товаров или услуг
7. Конкурентные преимущества
8. Контролируемые факторы
9. Контроль
10. Концентрированный маркетинг
11. Корпорация
12. Массовая торговля
13. Массовый маркетинг
14. Неконтролируемые факторы
15. Нишевая розничная торговля
16. Обратная связь
17. Организационная миссия
18. Позиционирование
19. Раздвоенная розничная торговля
20. Стратегия розничной торговли
21. Тактика
22. Товарищество
23. Угрозы
24. Целевой рынок
25. Цели