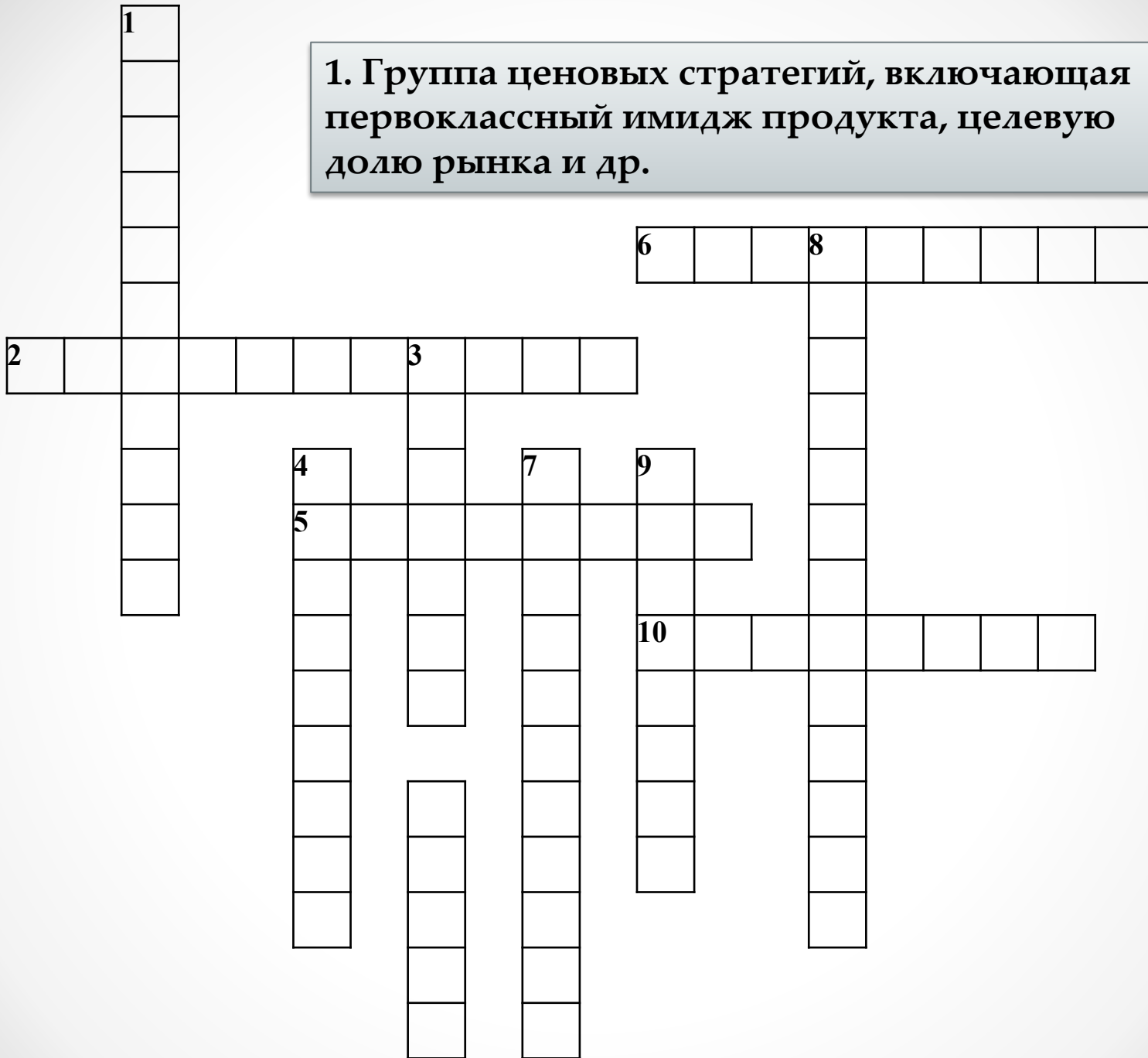


# Кроссворд

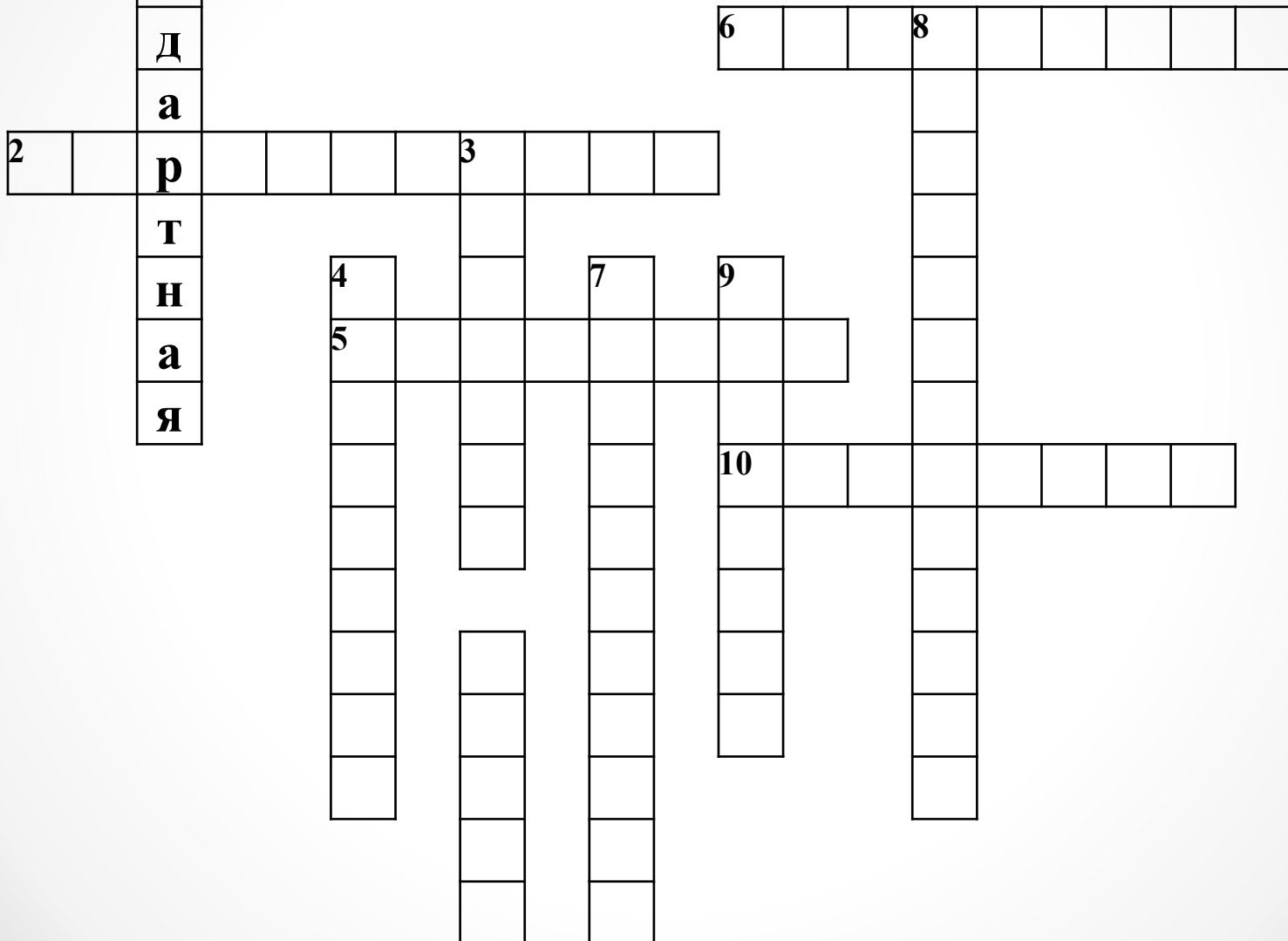
Выполнили студентки  
3го курса группы Э101  
Овсянникова Надежда  
Орлова Любовь

1. Группа ценовых стратегий, включающая  
первоклассный имидж продукта, целевую  
долю рынка и др.

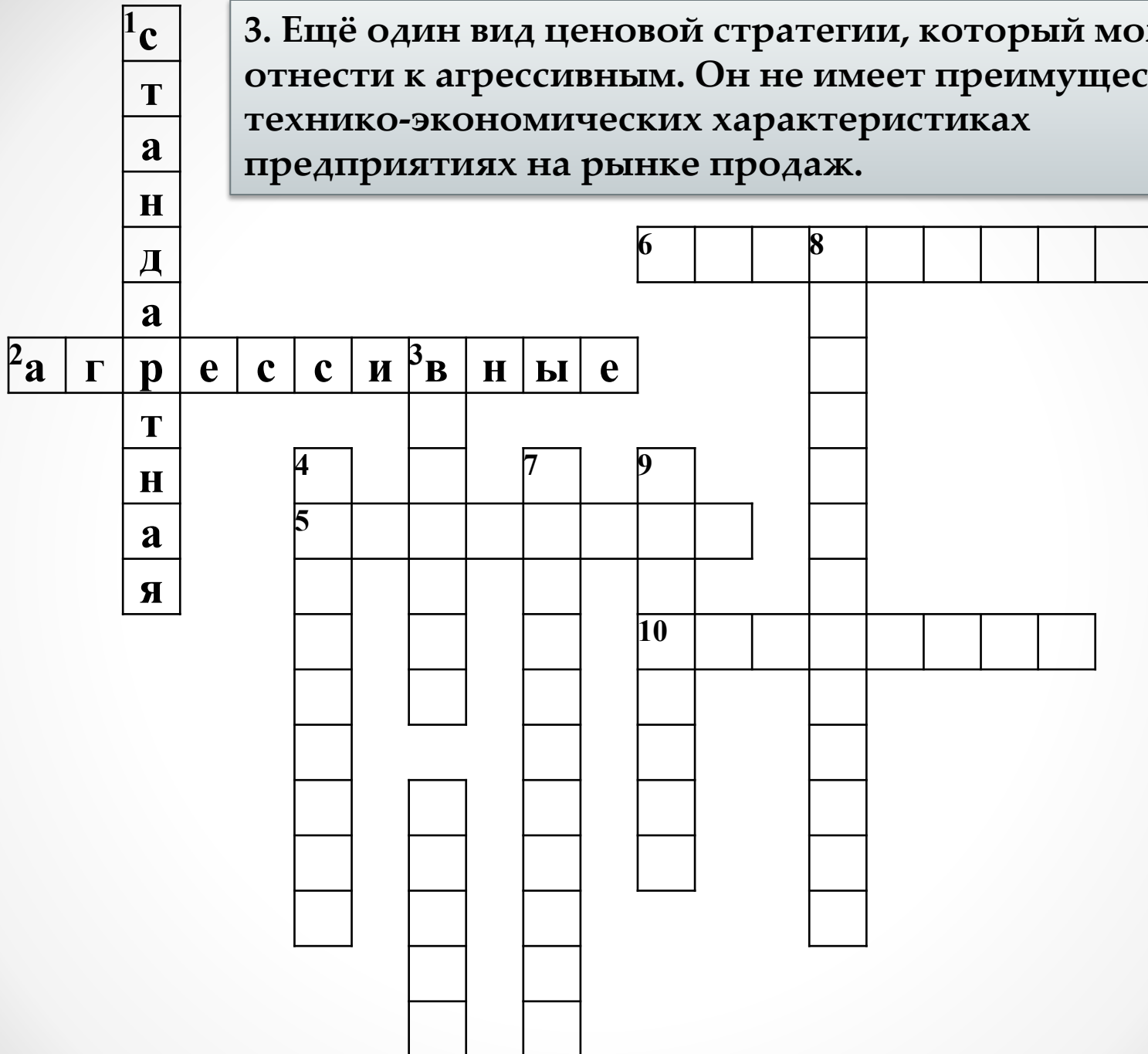


1  
с  
т  
а  
н  
д  
а  
р  
т  
н  
а  
я

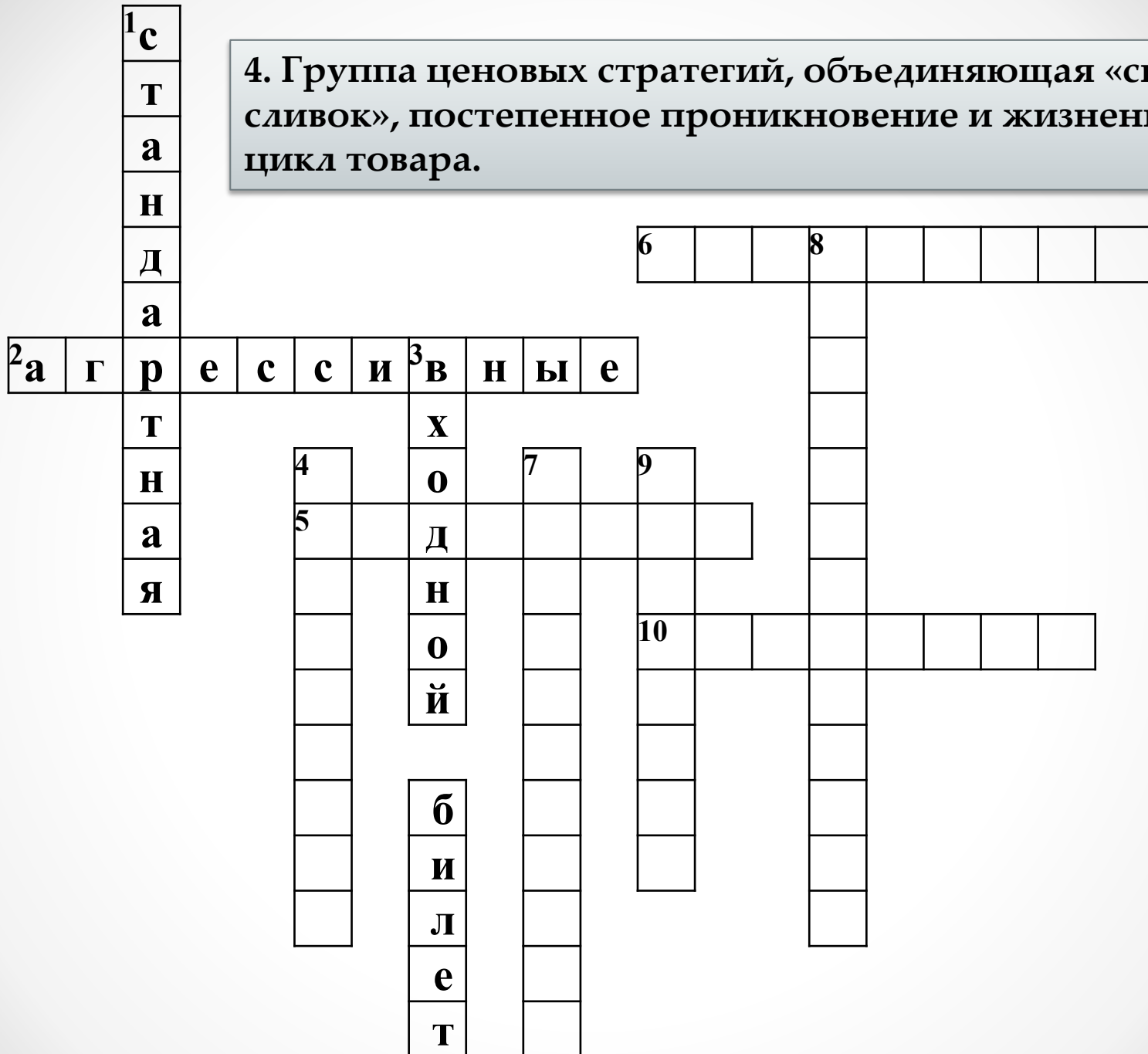
2. Вид ценовых стратегий, входящий в стандартные и объединяющий целевую долю рынка, целевой объём продаж.



3. Ещё один вид ценовой стратегии, который можно отнести к агрессивным. Он не имеет преимуществ в технико-экономических характеристиках предприятиях на рынке продаж.



4. Группа ценовых стратегий, объединяющая «снятие сливок», постепенное проникновение и жизненный цикл товара.







7. Стратегия ценообразования, которая имеет второе название – «снятие сливок».





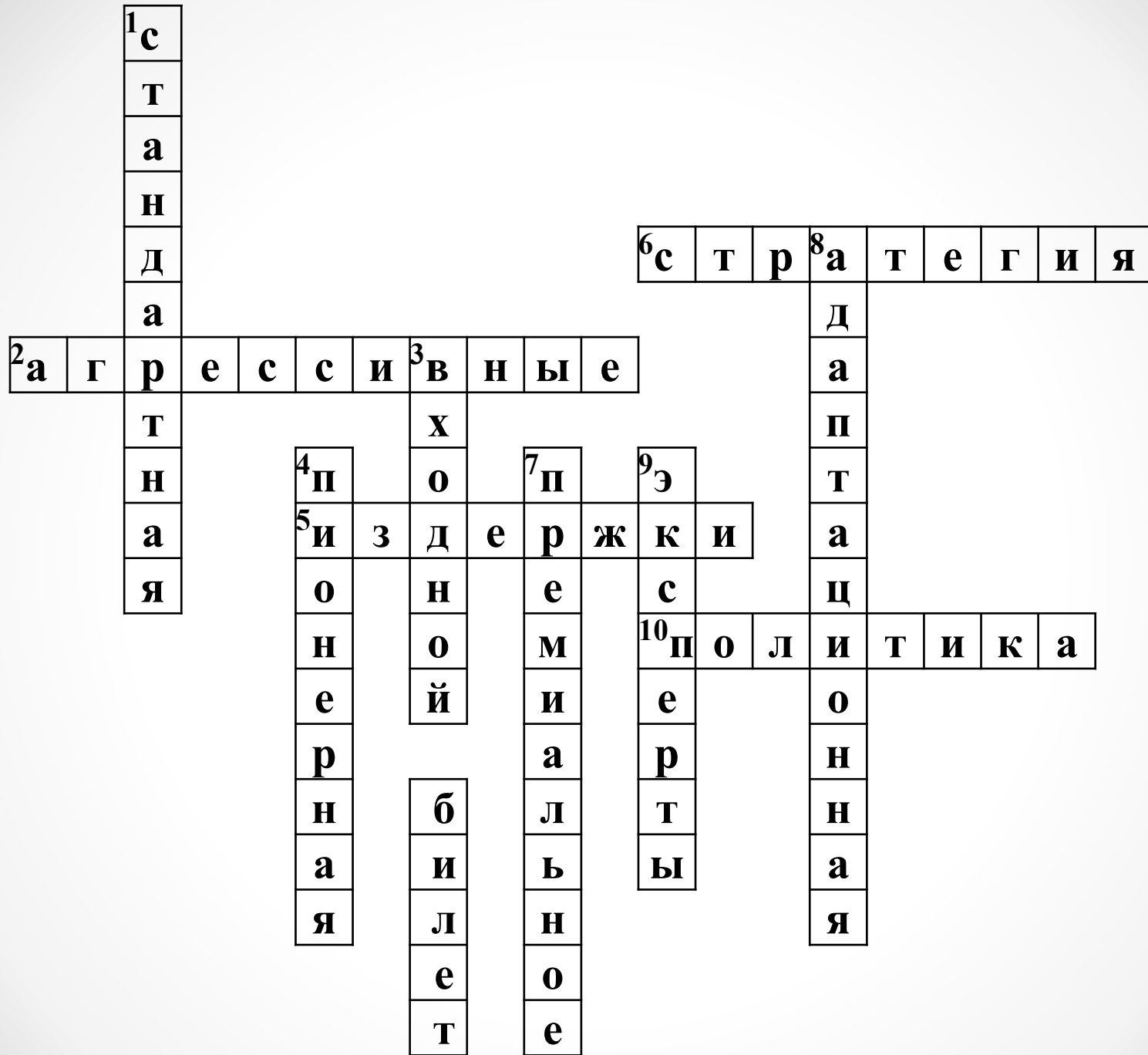
8. Эта стратегия подразумевает ту или иную степень ориентации на цены конкурентов.



9. Кто, помимо потенциальных потребителей, может быть приглашён к оценке продукции, производимой предприятием?

										6 с т р										8 а т е г и я																													
																				Д																													
2 а г р е с с и										3 в н ы е										а																													
Т																				П																													
Н										4 П										7 П										9																			
а										5 и з д е р ж к и										а																													
я										о										н										е																			
										н										о										10										и									
										е										й										и																			
										р																				о																			
										н										б										а										н									
										а										и										л										а									
										я										л										ь										н									
																				е										н										о									
																				т										е																			





Спасибо за  
внимание!