

**КОНСПЕКТ**  
**По Маркетингови стратегии**  
За 11 клас – Самостоятелна форма на обучение  
**МОДУЛНО**



УТВЪРДИЛ:  
/М.Георгиева/

**1 Раздел 1**

**Въведение в теорията на стратегията**

- 1.1 Маркетингова стратегия
- 1.2 Елементи на конкурентната мощ
- 1.3 Същност на маркетинговата стратегия
- 1.4 Етапи на маркетинговата стратегия
- 1.5 Етапи на маркетинговата стратегия
- 1.6 Маркетингова стратегия

**2. Раздел 2**

**Класификации на маркетинговите стратегии**

- 2.1 Многопосочна стратегия
- 2.2 Диференцирана стратегия
- 2.3 Основни типа пазари
- 2.4 Търговска марка и стратегия на увеличаване на пазарния дял
- 2.4 Търговска марка и стратегия на излизане на нови пазари
- 2.5 Търговска марка и стратегия на разработване на нов продукт
- 2.6 Стратегия на диверсификация
- 2.7 Стратегия на диверсификация
- 2.8 Търговска марка и стратегия на излизане на нови пазари
- 2.9 Класификации на маркетинговите стратегии

**3. Раздел 3**

**Класификация на маркетинговите стратегии**

- 3.1 Пазарно-полеви стратегии
- 3.2 Пазарно-стимулиращи стратегии
- 3.3 Стратегия насочена към масовия потребител
- 3.4 Преферентна стратегия
- 3.5 Преферентна стратегия

**4. Раздел 4**

**Маркетингов стратегически процес**

- 4.1 Основни етапи на стратегическия процес
- 4.2 Маркетингово планиране
- 4.3 Фази на планиране
- 4.4 Стратегически маркетинг
- 4.5 Тактически маркетинг
- 4.6 Тактически маркетинг
- 4.7 Стратегически маркетинг
- 4.8 Маркетингово планиране

## **5. Раздел 5**

### **Маркетингова среда**

- 5.1 Вътрешна и външна
- 5.2 Сегментиране на пазара
- 5.3 Маркетингов план
- 5.4 Маркетингов план
- 5.5 Сегментиране на пазара
- 5.6 Маркетингов стратегически процес

### **СИСТЕМА ЗА ОЦЕНЯВАНЕ:**

### **ОЦЕНЯВАНЕ НА ПРИДОБИТИТЕ ЗНАНИЯ И УМЕНИЯ**

#### **КРИТЕРИИ И СРЕДСТВА ЗА ОЦЕНЯВАНЕ ПО ПОДЦЕЛ 1.**

#### **КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА**

Учениците да знаят, за:

- маркетингова стратегия, конкурентна мощ, етапи на маркетингова стратегия
- маркетингов процес
- маркетингова среда, сегментиране на пазара, маркетингов план
- Многопосочна стратегия, диференцирана

#### **СРЕДСТВА ЗА ОЦЕНЯВАНЕ – ТЕСТ-1**

**СКАЛА ЗА ОЦЕНКА:** Всеки верен отговор се оценява за 1 точка.

Праг на преминаване е 50% от максималния брой точки.

От 0т.-14т. Слаб 2

От 15т.-18т. Среден 3

От 19т.-22т. Добър 4

От 23т.-26т. Мн. добър 5

От 27т.-28т. Отличен 6

#### **КРИТЕРИИ И СРЕДСТВА ЗА ОЦЕНЯВАНЕ ПО ПОДЦЕЛ 2.**

#### **КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА**

Учениците да знаят:

- да определят средата на фирмата, сегментационните пазари, да съставят маркетингов план.
- да боравят с стратегията и тактиката на маркетинговата стратегия.
- да се справят с практическото използване на видовете стратегически стратегии.