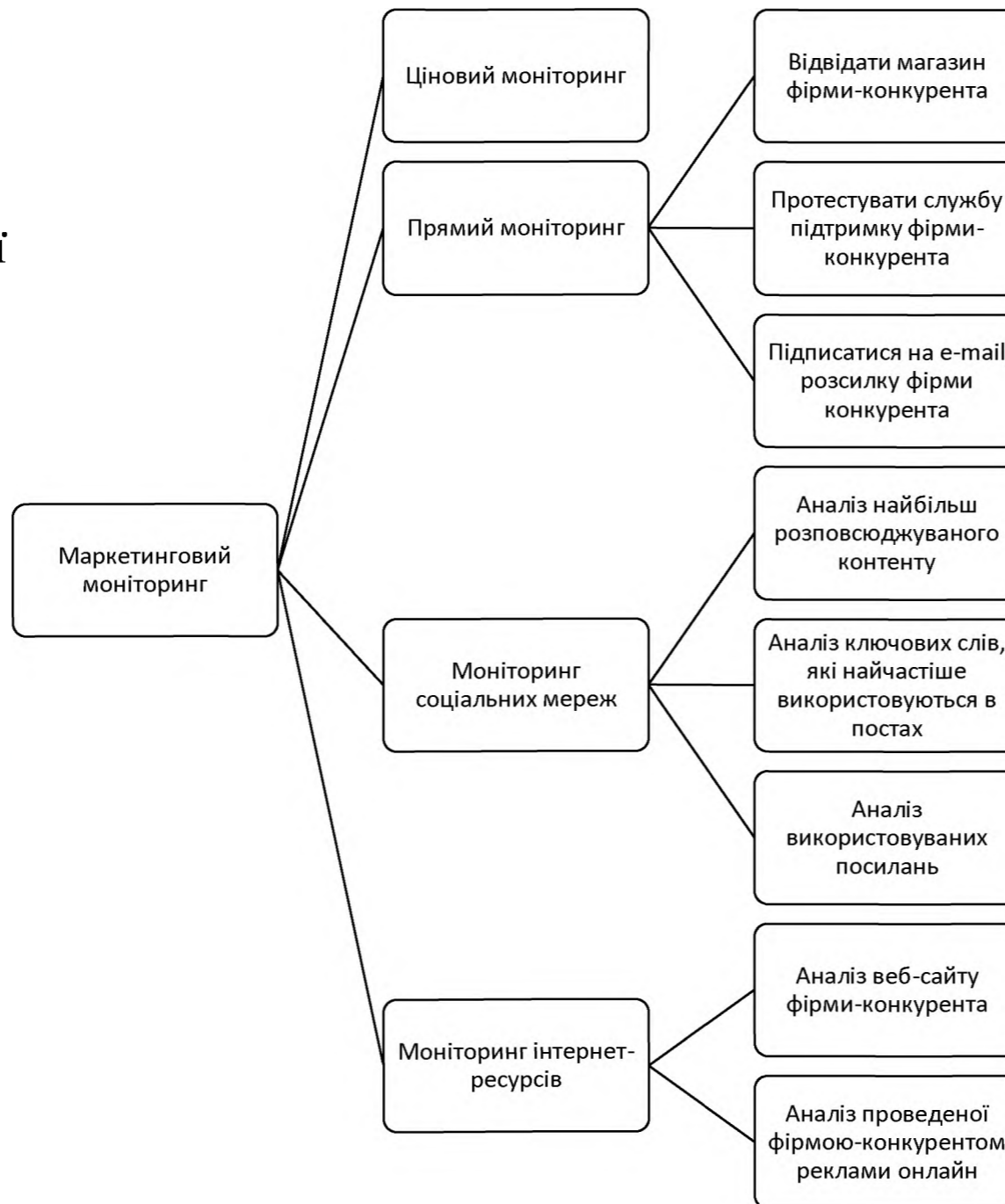


ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО МОНІТОРИНГУ КОМПАНІЇ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Глущенко Вікторія Сергіївна, студентка МП-1 спеціальності «Маркетинг»
НаУКМА

Три ключові поняття:

- **Моніторинг ринку** – це процес системного збору та формування передбачень, щодо наступних тенденцій у сфері діяльності початкової фірми.
- **Моніторинг конкурентів** - це процес спостереження та контролю за змінами у структурі суб'єктів економічної діяльності, які представлені у тому ж сегменті, що й початкова фірма;
- **Маркетинговий моніторинг** – це комплексна система спостереження та аналізу зміни показників діяльності підприємства та його ринкового середовища.



Додатки для проведення маркетингового моніторингу:

