



Изучение конкурентов.ДРБ_МРиСсО:БМ

- 1 Для чего нужно анализировать конкурентов:
- 2 Базовый инструмент анализа:
- 3 Отправная точка исследования:
- 4 Ретроспективный анализ помогает понять:
- 5 Основные выводы из анализа имиджа конкурентов:
- 6 Главное в анализе рекламы:
- 7 Предметом исследования является (возможно несколько ответов):
- 8 Модели лидерства в анализе конкурентов (несколько вариантов):
- 9 Стратегия продвижения на основе анализа конкурентов (несколько ответов):
- 10 Установите последовательность анализа:

