



Słowa-klucze do wykładu
„Pokonać konkurentów – rynkowe strategie przedsiębiorstw”

Ewa Borys
Magda Landzwójczak

Wrocław, dnia 12 marca 2018 r.

Rynek – 1. to miejsce, gdzie spotykają się sprzedający oraz kupujący w celu dokonania transakcji; 2. zespół mechanizmów umożliwiający kontakt producentów z konsumentami.

Konsument – uczestnik rynku, osoba, która nabywa towary na własny użytek, inaczej klient.

Konkurowanie - jest to pragnienie maksymalizowania realizacji interesów - przez konsumenta lub producenta - na rynku przez oferowanie, lub nabywanie produktów lepszych od innych (konkurentów).

Strategia konkurowania – to szczegółowe określenie długofalowo co dany podmiot/organizacja zamierza robić, pewnego rodzaju rozszerzona taktyka dokładnie zaplanowanych działań, która pozwoli na osiągnięcie zamierzonych celów.

Substytut – inaczej zamiennik, zaspokaja te same potrzeby, ale często ma korzystniejszą cenę np. substytutem pióra jest długopis, substytutem masła jest margaryna, itp.

Zasoby przedsiębiorstwa – to wszystko, czym dysponuje przedsiębiorstwo np. technologia, zasoby ludzkie, nieruchomości, grunty, itp.

Cena – określona wartość dobra lub usługi, najczęściej wyrażana w pieniądzu.

Przewaga konkurencyjna – osiągnięcie nadrzędnej pozycji przez przedsiębiorstwo wobec konkurentów.

Innowacje – według J. A. Schumpeter innowacje to: 1. stworzenie całkowicie nowego produktu; 2. zastosowanie nowej technologii czy metody produkcji; 3. stworzenie nowego rynku zbytu; 4. pozyskanie nieznanych dotąd surowców; 5. reorganizacja określonej gałęzi gospodarki. Dzięki innowacji zwiększa się funkcjonalność, użyteczność usług oraz produktów, optymalizuje się czas pracy, udoskonala się technologie.