**Ćwiczenia nr 2. Podstawy marketingu - Otoczenie marketingowe firmy**

Na podstawie wygenerowanych danych charakteryzujących **wybrany rynek** proszę:

1. Zdefiniować rynek – określić, co jest przedmiotem transakcji
2. Dokonać wszechstronnej klasyfikacji rynku
3. Krótko opisać historię rozwoju rynku
4. Opisać uwarunkowania prawne (jeśli takie występują)
5. b/ analizę otoczenia firmy ze wskazaniem lokalizacji firmy – przyjąć realia polskiej gospodarki:

- mikrootoczenie:

* podaż (wymienić największe podmioty podaży na tym rynku,

scharakteryzować udziały w rynku, dynamikę rynku (całego i wybranych grup), chłonność (oszacować, czy łatwo sprzedać towar czy trudno), objętość rynku rozumiana jako suma obrotów wszystkich podmiotów funkcjonujących na danym rynku);

* popyt (kto, co kupuje, determinanty zakupu, przeanalizuj zachowania nabywców na charakteryzowanym rynku - dokonaj segmentacji)
* konkurencja;

- makrootoczenie – czynniki demograficzne, społeczno – kulturowe, ekonomiczne, technologiczne, prawno – polityczne).