

Mārketings

**Mārketinga metodoloģiskie
pamati**

Dr.sc.ing., prof. **Ž.Caurkubule**

Jautājumi

2.1. Mārketinga veidi

2.2. Mārketinga mērķi, stratēģija un taktika

2.3. Mārketinga uzdevumi, metodes un funkcijas

Mārketinga veidi

Pieprasījuma situācija	Mārketinga mērķis	Mārketinga veids
Pieprasījuma nav	Stimulēt pieprasījumu	Stimulējošais mārketinga veids
Negatīvs pieprasījums	Radīt pieprasījumu	Konversiālais pieprasījums
Potenciālais pieprasījums	Attīstīt preci vai pakalpojumu	Uz ražošanas attīstību virzītais mārketinga veids
Jauns pieprasījums	Attīstīt pieprasījumu	Uz patērētāju virzītais attīstošais mārketinga veids
Pieprasījuma samazināšanās	Paaugstināt pieprasījumu	Remārketinga veids
Svārstīgs pieprasījums	Sabalansēt pieprasījumu	Sinhromārketinga veids
Apmierināts pieprasījums	Uzturēt pieprasījumu	Atbalstošs mārketinga veids
Pārmērīgs pieprasījums	Pazemināt pieprasījumu	Demārketinga veids
Kaitīgs pieprasījums	Ievērojami samazināt pieprasījumu	Antimārketinga veids

Firmas mārketinga mērķi, stratēģija un taktika

Mērķis – galējais rezultāts, ko firma grib sasniegt, lai iegūt peļņu

Mērķus var sagrupēt četros galvenajos virzienos:

1. Maksimālā patēriņa sasniegšana.
2. Maksimālā apmierinājuma sasniegšana preces patērēšanas rezultātā.
3. Maksimāli plašas izvēles piedāvājums patērētājam.
4. Maksimālā dzīves kvalitātes uzlabošana.

Firmas mārketinga mērķi, stratēģija un taktika

Stratēģija ir visaptverošs firmas rīcības plāns vai ģenerālā programma, kas atklāj prioritārās problēmas un resursus, nepieciešamos to risināšanai un virzītus firmas mērķa sasniegšanai.

Firmas mārketinga mērķi, stratēģija un taktika

Izšķir sekojošus stratēģiju veidus:

1. Uzbrukuma stratēģija. Tai ir raksturīga rīcības aktivitāte: iekļūšana jaunos tirgos, jaunās preces ieviešana vecajā tirgū, jaunu pircēju segmentu apgūšana.

2. Aizstāvēšanas stratēģija. To pielieto firmas, kuras ir apmierinātas ar savu situāciju. Tām ir raksturīga rīcības aktivitātes mazināšanās: novecojušo preču izņemšana, aiziešana no mazāk izdevīgiem tirgiem, nerentablas preces ražošanas samazināšana.

3. Abu variantu kombinācija.

Firmas mārketinga mērķi, stratēģija un taktika

- **Taktika** ir darbības veids (līdzekļu kopums) un konkrēta rīcība, ar kuru palīdzību firma realizē šo stratēģiju. Tā ir atbilde uz jautājumu kas ir jādara, lai sasniegtu nosprausto mērķi.

Mārketinga uzdevumi, metodes un funkcijas

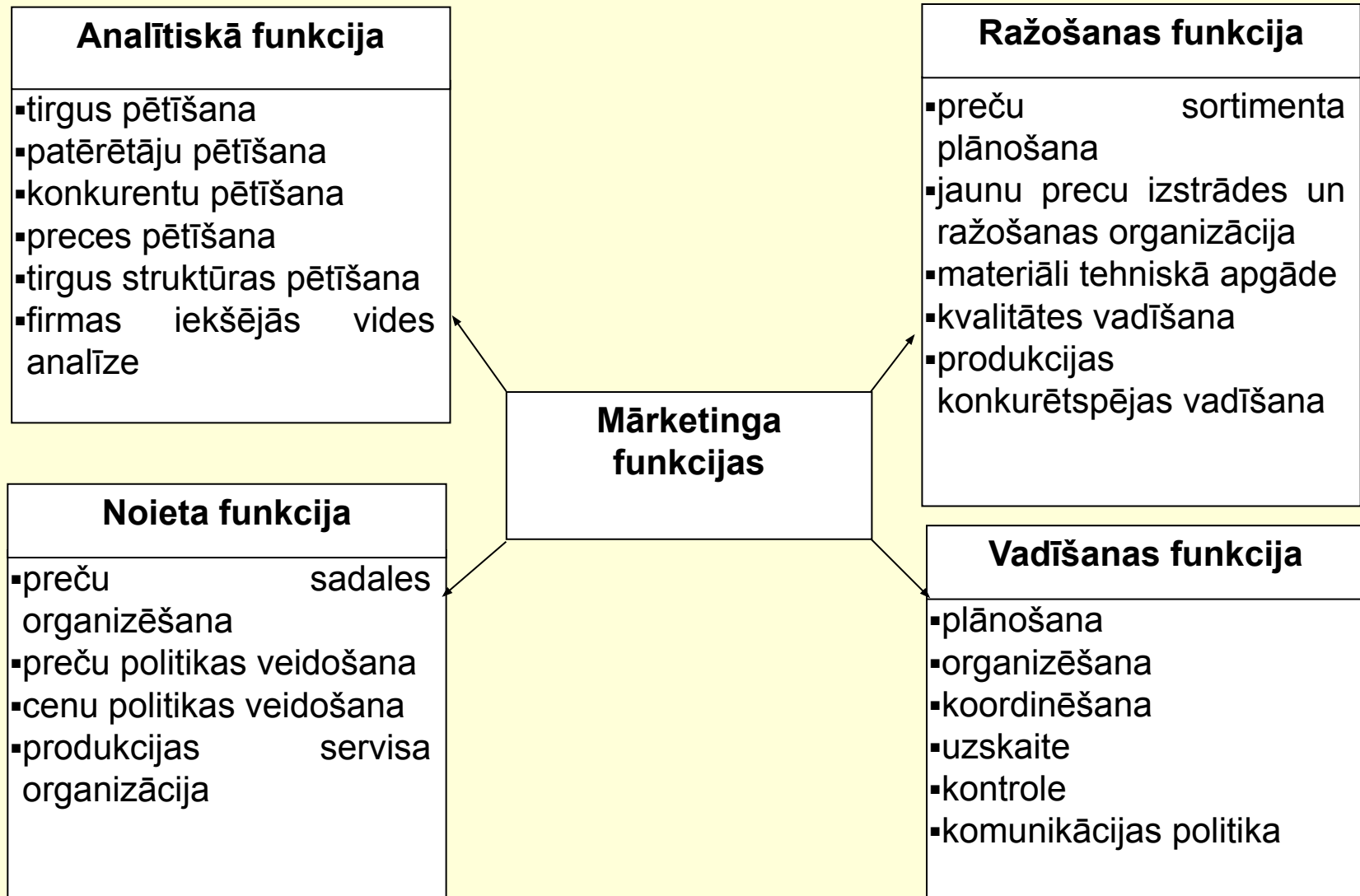
Mārketinga sistēmas pamatuzdevumi ir sekojoši:

- tirgus kompleksā pētīšana;
- patērētāju potenciālā pieprasījuma un apmierinātības pakāpes noskaidrošana;
- preču plānošana un cenu veidošana;
- noieta plānošana un realizācija;
- mārketinga vadīšanas sistēmas izveidošana.

Mārketinga darbības metodes



Mārketinga funkcijas



Jautājumi?



Paldies par uzmanību! 😊

