

Презентация на тему "Понятие маркетинга"

Выполнил студент гр. У-21

Пилецкий Сергей

Определение маркетинга

Маркетинг - это совокупность процессов, направленных на создание, продвижение и предоставление продукта покупателям, а также управление взаимоотношениями с ними. В переводе с английского **marketing** - это рыночная деятельность. То есть **маркетинг** - это деятельность компании по удовлетворению рыночных потребностей. Главная задача - извлечение прибыли.



Основные понятия

- **Нужда** - чувство ощущаемой человеком нехватки чего либо.
- **Потребности** - нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида.
- **Запросы (Спрос)** - это потребность, подкрепленная покупательной способностью.
- **Товар** - это все, что может удовлетворить потребность или нужду и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления.
- **Сделка** - это коммерческий обмен ценностями между двумя сторонами
- **Рынок** - совокупность существующих и потенциальных покупателей товара.

Цели маркетинга

- Максимизация потребления
- Максимизация ассортимента (выбора)
- Максимизация удовлетворенности потребителя
- Максимизация качества жизни



Концепция маркетинга

Концепция совершенствования производства
(новое оборудование и др.)

Концепция совершенствования товара (качество,
упаковка и др.)

Концепция интенсификации коммерческих
усилий. Сбыт и стимулирование продаж
(реклама, скидки, лотереи)

Определение нужд и потребностей целевых
рынков.

Концепция социально-этичного маркетинга

Основные принципы маркетинга

- Ориентация на перспективу и прогноз
- Комплексность
- Научность
- Мобильность и гибкость
- Демократичность
- Децентрализация решений и ситуационное управление
- Исполнительная дисциплина

Маркетинговые исследования

- Маркетинговые исследования - это отдельные или комплексные исследования рынка и маркетинговой деятельности фирмы.



- Массовый маркетинг
- Концентрированный (целевой) маркетинг
- Дифференцированный маркетинг

Виды маркетинга в зависимости от охвата рынка

Основные категории маркетинга

Нужда

Потребности

Запрос

Товар

Обмен

Сделка

Рынок

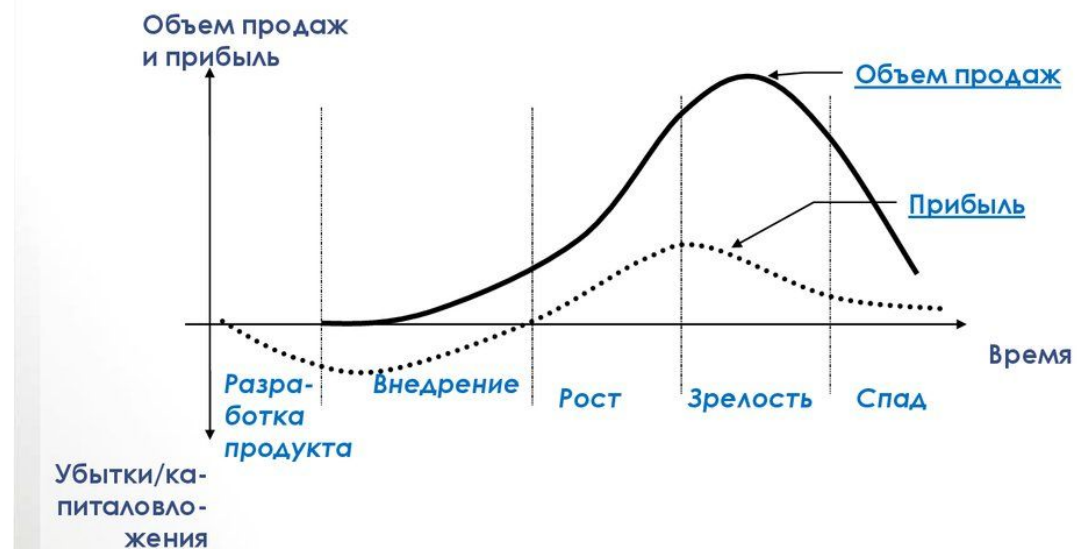
Маркетинг

Потребитель

Жизненный цикл товара

Это период времени, в течение которого товар обращается на рынке, начиная от момента выхода его на рынок и заканчивая его уходом с рынка

Жизненный цикл товара



Сегментирование рынка

Это процесс разбивки потребителей или потенциальных потребителей на рынке на различные группы (или сегменты), в рамках которых потребители имеют схожие или аналогичные запросы, удовлетворяемые определенным комплексом маркетинга



Сегмент

Сегмент — группа покупателей, обладающая похожими потребностями, желаниями и возможностями. Разделение рынка на различные сегменты и их последующее изучение позволяет компаниям сконцентрировать свое внимание на наиболее перспективных, с точки зрения прибыльности, сегментах (т.е. на целевых сегментах).

