







# Основы маркетинга


Обществознание II класс


- 
- Маркетинг – процесс формирования и воспроизводства спроса потребителей на конкретные товары и услуги в целях получения прибыли
  - Маркетинг – процесс, позволяющий отдельным лицам или группам лиц удовлетворять свои нужды и потребности путем обмена товарами и потребительскими ценностями
  - Маркетинг – процесс организации производства и сбыта продукции, основанный на изучении рынка


- 
- Маркетинговый процесс:
  - Уяснить нужды и потребности людей
  - Определение маркетинговой стратегии
  - Разработка маркетингового комплекса

- 
- **Нужда – ощущаемый человеком недостаток чего-то необходимого**
  - **Потребность – нужды, принявшие специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и индивидуальностью человека**


- 
- **Маркетинговая стратегия – план действий, с помощью которых предполагается достигнуть поставленных целей**


- 
- Маркетинговая стратегия:
  - Формулировка миссии( цели)
  - Сегментация рынка( разделение рынка на четкие группы покупателей)
  - Выбор сегмента(определение целевого рынка)
  - Позиционирование( позиция на рынке, при которой будет достигнута наивысшая ценность для потребителя по сравнению с конкурентами)


- 
- Сегментация рынка:
  - Демографическая
  - Географическая
  - Социально-экономическая
  - Психографическая( поведенческая)

- 
- Формула позиционирования:
  - ДЛ<sup>Я</sup>( ваш сегмент) НАШ БРЕНД( продукт) ПРДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ( концепция)КОТОРАЯ( суть отличия)



- 
- Маркетинговый комплекс( marketing mix) – тактические этапы стратегии
  - ЧЕТЫРЕ «Р»
  - Product ( продукт)
  - Price ( цена)
  - Place (место)
  - Promotion( продвижение)

- 
- продукт – ассортимент, качество, дизайн, марка, характеристики
  - Цена – способы ценообразования, установление цен на новый товар
  - Место – каналы сбыта
  - Продвижение – реклама и стимулирование сбыта

- 
- Основные сферы деятельности в маркетинге:
  - Реклама
  - Сбыт и управление
  - Менеджер торговой марки
  - Специалист по маркетинговым исследованиям
  - Маркетинговая логистика
  - Связи с общественностью( PR)