



*Кафедра
Инновационного
Менеджмента*

Маркетинг

Преподаватель :к.э.н., доцент кафедры ИМ
Косухина Мария Александровна

Практическое занятие 1

Маркетинговый процесс.

Нужды, потребности, запросы,
товар

Маркетинговый процесс

*Уяснить
особенности
рынка +
потребности и
желания
клиентов*

*Разработать
маркетинговую
стратегию,
ориентированную
на
потребности*

*Разработать
маркетинговую
программу,
повышающую
ценность*

*Обеспечить
высокую
удовлетворенность
клиентов*

*Получить
«стоимость»
от клиентов +
клиентский
капитал*

Пирамида Маслоу



Нужды

Нужда - ощущаемый человеком недостаток чего-то необходимого.

Физически

е

(нужда в пище,
одежде, еде,
безопасности)

**Индивидуальн
ые**

(нужда в знаниях
и
самовыражении
)

Социальн

ые

(общении и
привязаннос
ти)

Потребности

Потребность – *нужды, принявшие специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и индивидуальностью человека.*



Запросы

Запросы – потребности, подкрепленные покупательской способностью.



Товары и услуги

Товар – все, что предлагается на рынке для привлечения внимания, ознакомления, использования, потребления и удовлетворения нужд потребителей (физические объекты, физические лица, места, организации, идеи)

Услуга– действие или выгода, которую одна сторона предлагает другой.
Не имеет вещественного выражения.

Потребительская ценность

Потребительская ценность – соотношение между преимуществами, которые потребитель получает в результате приобретения и использования товара и затратами на его приобретение и использование

Задание

1. Разбиться на команды по 4-5 чел.
2. Вытянуть карточку с названием товара.
3. Определить максимальное количество потребностей, нужд и запросов потребителя-студента, которые удовлетворяет данный товар.
4. Определить потребительскую ценность товара для потребителя -студента.
5. Ответ пре _____ группой.

