

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 маркетингову ю стратегию, ориентированн ую 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 спользование

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.