



*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.

