



Российский университет дружбы народов
филологический факультет
кафедра массовых коммуникаций

«...»

Вводная лекция по курсу «Маркетинговое мышление и медиапространство»

Маркетинг – дитя трёх наук

- экономической теории
- психологии
- социологии

Суть экономической теории

- Что является предметом экономической теории?
- Что изучают экономисты?

Экономисты изучают:

- ЧТО (товары и услуги) производит общество;
- КАК (технологии и организационные структуры);
- ГДЕ (на каких территориях);
- ДЛЯ КОГО (потребители).

Экономисты также изучают

- КАКИМ ОБРАЗОМ (по какому принципу) В обществе распределяется то, что произведено.

Кто участвует...

... В ЭТОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ ПРОЦЕССЕ
ПРОИЗВОДСТВА И РАСПРЕДЕЛЕНИЯ?

Экономические субъекты:

- ДОМОХОЗЯЙСТВА (семьи)
- ФИРМЫ (коммерческие предприятия)
- АГЕНТЫ (государственные организации)

Деятельность экономических субъектов:

- связана с повседневным принятием решений
- зависит от того, КАК они принимают решения

Обстоятельства, влияющие на способ принятия решений:

1. Принимаются ли решения по собственной воле экономических субъектов или жёстко навязываются извне (закон, постановление, чужая воля, традиция, обычай и т.д.)
 2. Принимаются ли решения децентрализованно (в офисе, на кухне, на ферме) или в центре (Госплан, партийный комитет, ставка сёгуна и т.д.)
- Теоретически возможны четыре комбинации этих двух альтернатив

Матрица «Способы производства, определяемые алгоритмом принятия решений экономическими субъектами»

Решения принимаются...	самостоятельно	по предписаниям
в центре	4	2
на местах	3	1

Вариант 1. Традиционная модель

- Решения принимаются по предписаниям, на местах.
- Производство: натуральное хозяйство
- Ведущая отрасль: сельское хозяйство
- Экономический рост: нулевой
- Роль государства (общины) в распределении благ: значительная
- Система ценностей: жёсткая, традиционная
- Высшие ценности: порядок, стабильность, моральные ценности, преемственность поколений
- Примеры: Древняя Греция, Римская империя, средневековая Англия, некоторые современные африканские государства, Россия XIX века
- Философская система познания: ...

Вариант 1. Традиционная модель

... религия (магия)

Вариант 2. Командная (азиатская) модель

- Решения принимаются по предписаниям, централизованно
- Производство: независимость от других государств, автаркия
- Ведущая отрасль: оборонный комплекс
- Экономический рост: от 20 процентов до кризиса
- Роль государства в производстве, обмене и потреблении благ: полный контроль
- Система ценностей: элитарная
- Высшие ценности: захват жизненного пространства, построение и удержание господствующего положения
- Примеры: Древний Египет, Византия, СССР, фашистская Германия, современные Северная Корея, Туркменистан, Узбекистан
- Философская система познания: ...

Вариант 2. Командная (азиатская) модель

... спекулятивная
философия

Вариант 3. Рыночная модель

- Решения принимаются на местах, по разумению
- Производство: открытость внешнему миру
- Ведущая отрасль: сектор потребительских товаров и производство новых технологий
- Экономический рост: 2 – 4 процента
- Роль государства в производстве, обмене и потреблении благ: незначительная
- Система ценностей: плюралистическая
- Высшие ценности: экономический рост, достоинство граждан, всестороннее развитие личности
- Примеры: США, Западная Европа после наполеоновских войн, Япония после второй мировой войны
- Философская система познания: ...

Вариант 3. Рыночная модель

... протестантская религия

см.: Вебер М. «Протестантская этика
и дух капитализма»

Матвеев П. «Старообрядческая этика
и экономика»

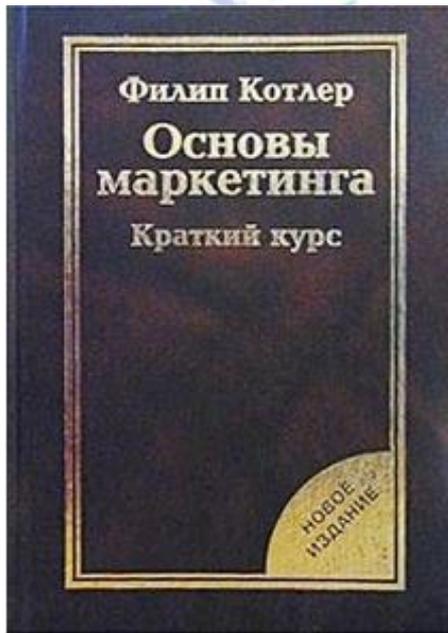
Вариант 3. Рыночная модель

..... маркетинг

Матрица «Способы производства, определяемые алгоритмом принятия решений экономическими субъектами»

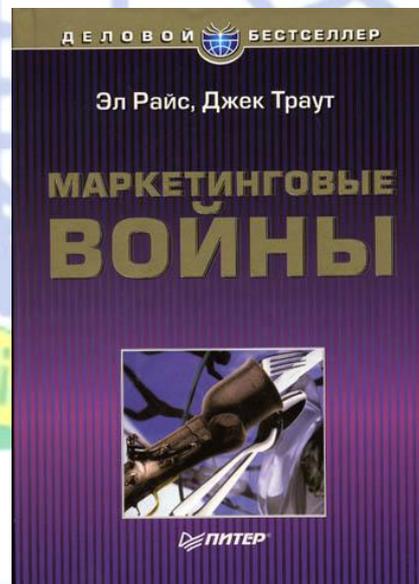
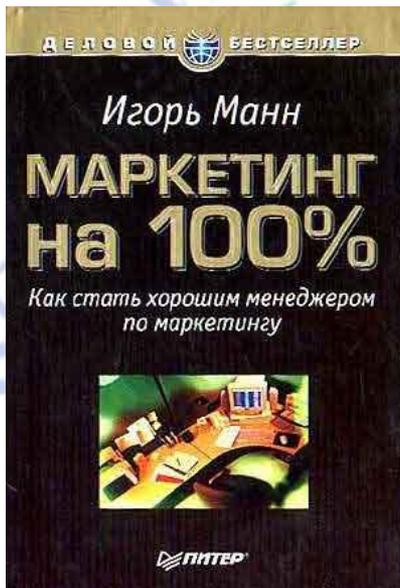
Решения принимаются...	самостоятельно	по предписаниям
в центре	?	Командная модель
на местах	Рыночная модель	Традиционная модель

Рекомендованная литература



1. Котлер Ф. «Основы маркетинга. Краткий курс»
2. Репьев А. «Маркетинговое мышление, или Клиентомания»

Рекомендованная литература



3. Манн И.

«Маркетинг на 100%»

4. Райс Э., Траут Д.

«Маркетинговые войны»



Таким образом,
тема сегодняшней лекции....



Российский университет дружбы народов
Филологический факультет
Кафедра массовых коммуникаций

«Маркетинг как философия рыночного общества»

Вводная лекция по курсу
«Маркетинговое мышление и
медиапространство»



Спасибо за внимание! 😊