

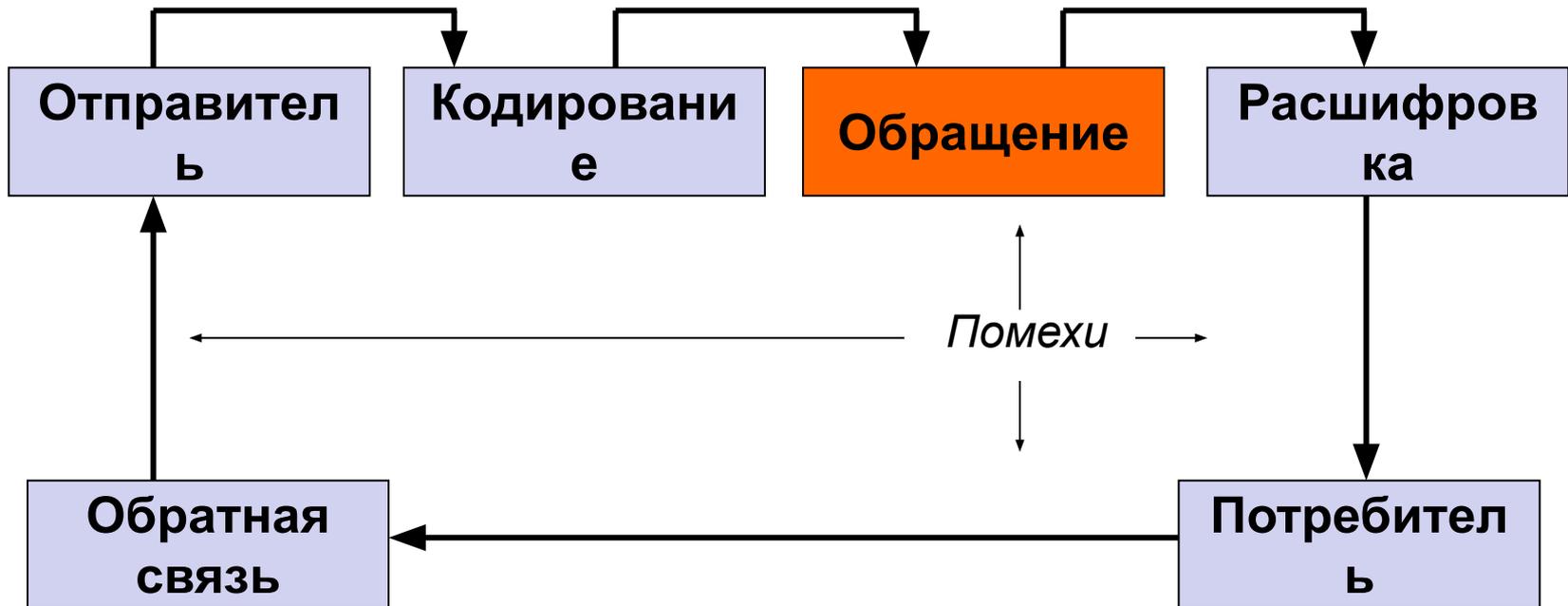
---

# Управление продажами

Роль маркетинга  
Механизм формирования прибыли предприятия  
Пути повышения прибыли предприятия

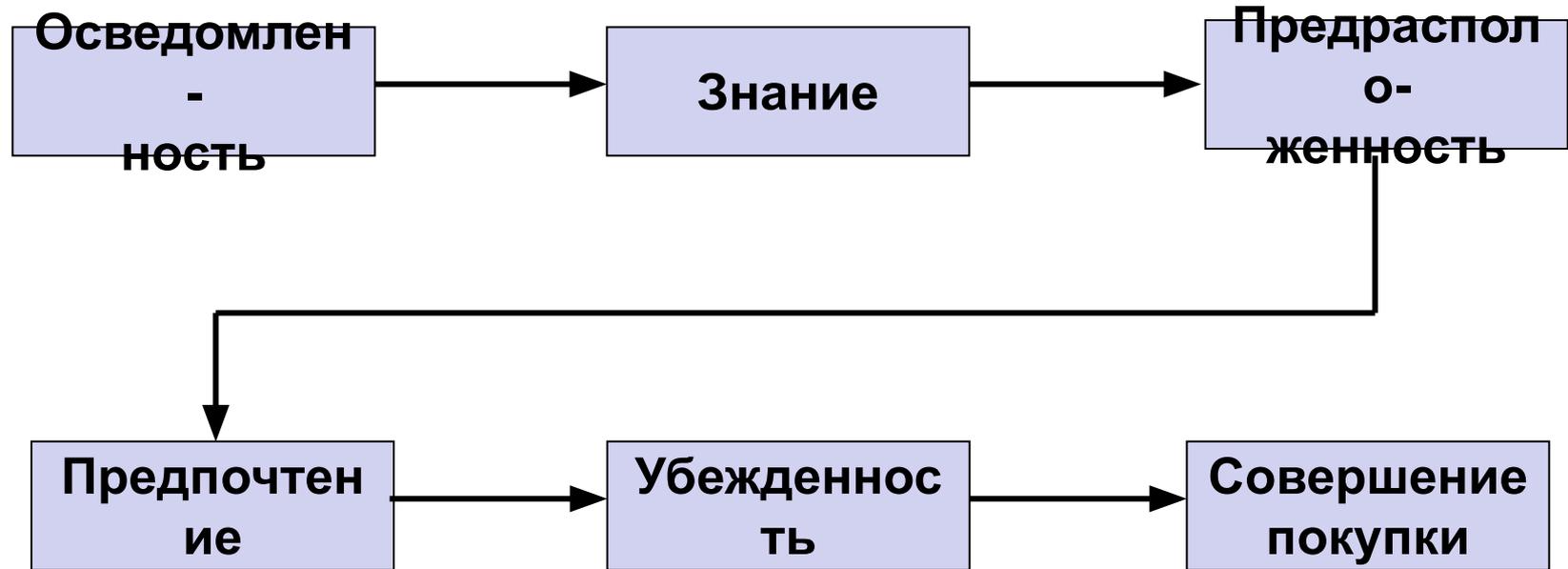
Лекция 10

# Элементы процесса коммуникации

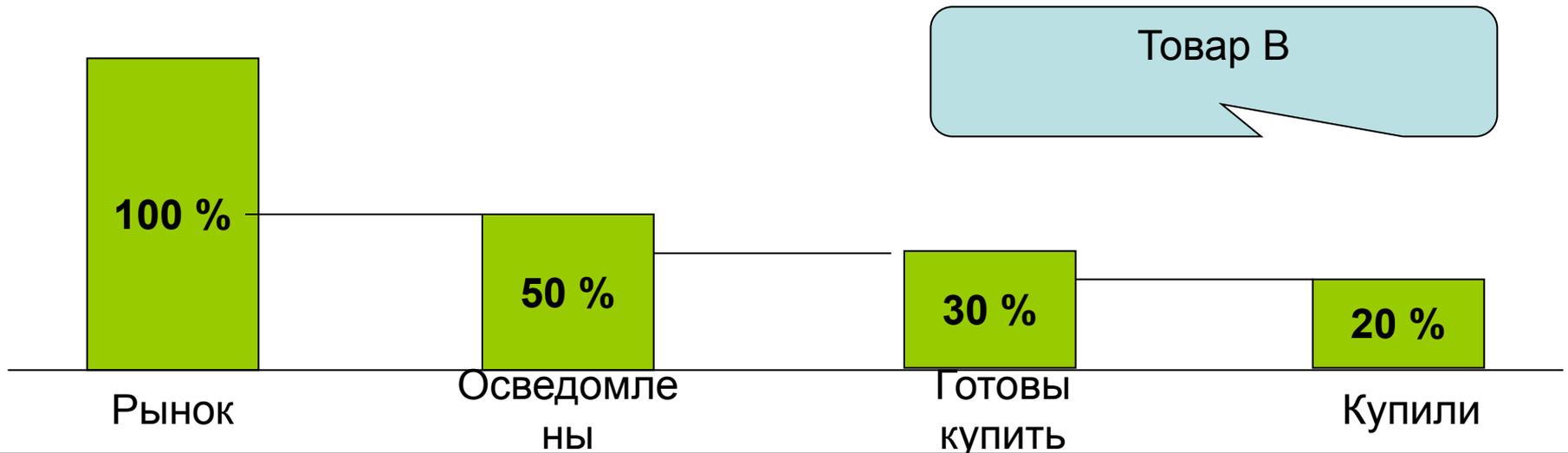
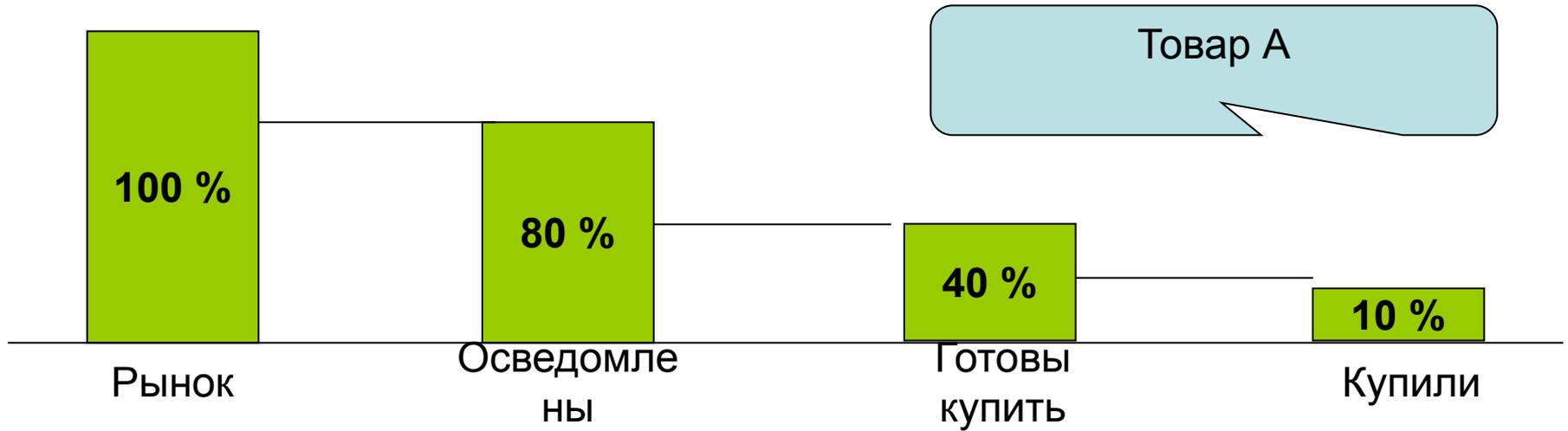


# Направление коммуникации

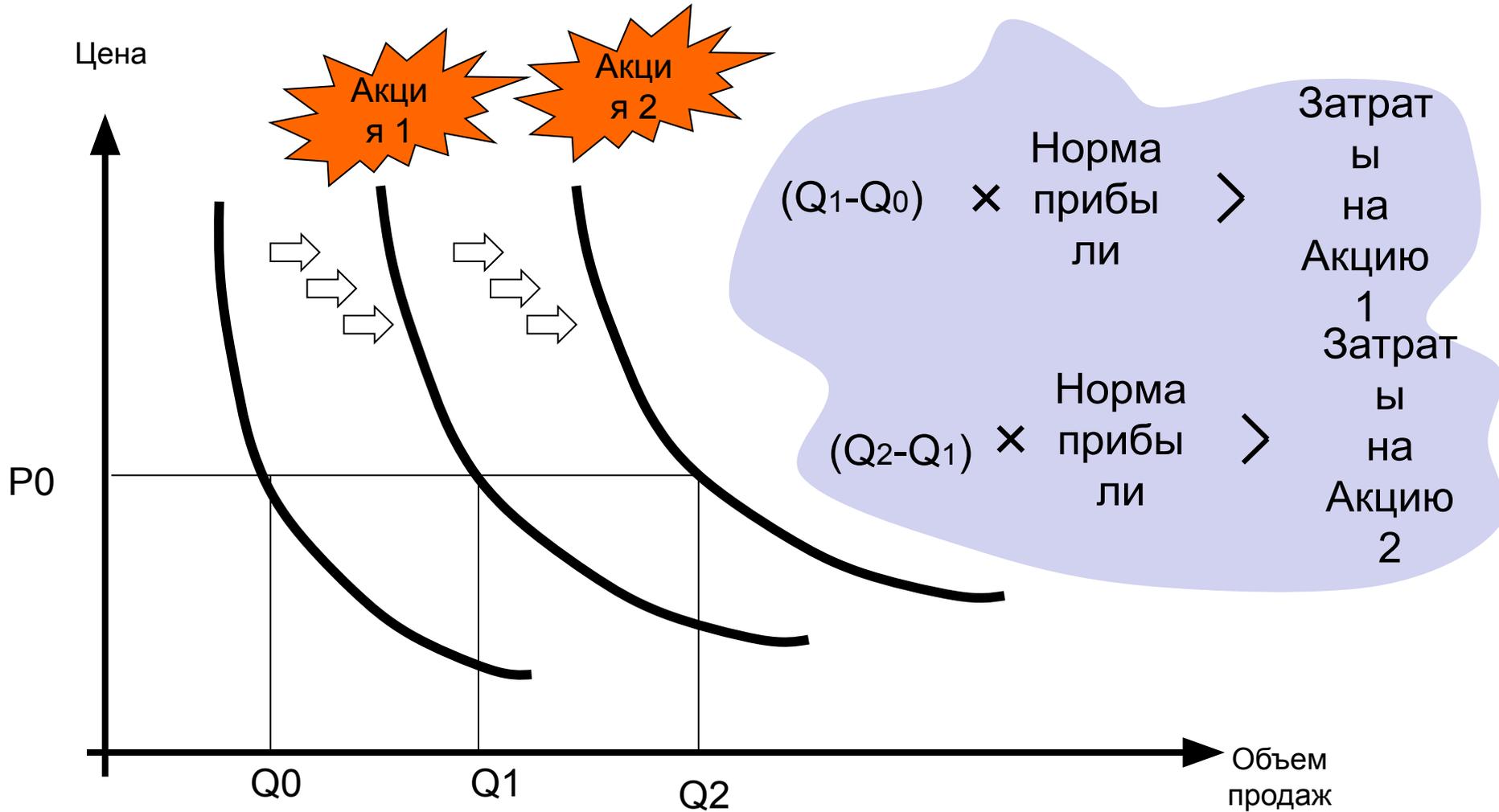
---



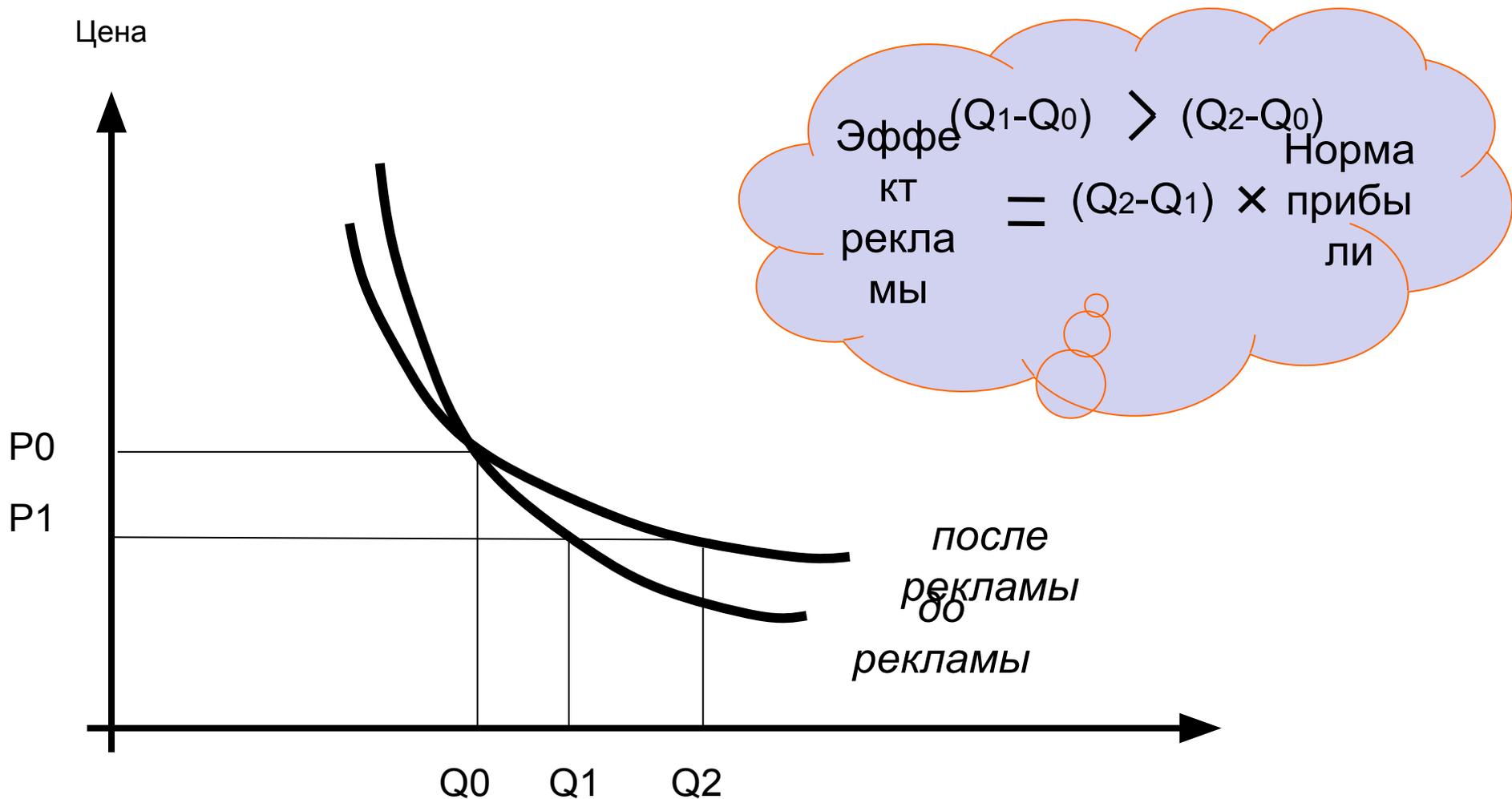
# Предрекламный анализ рынка



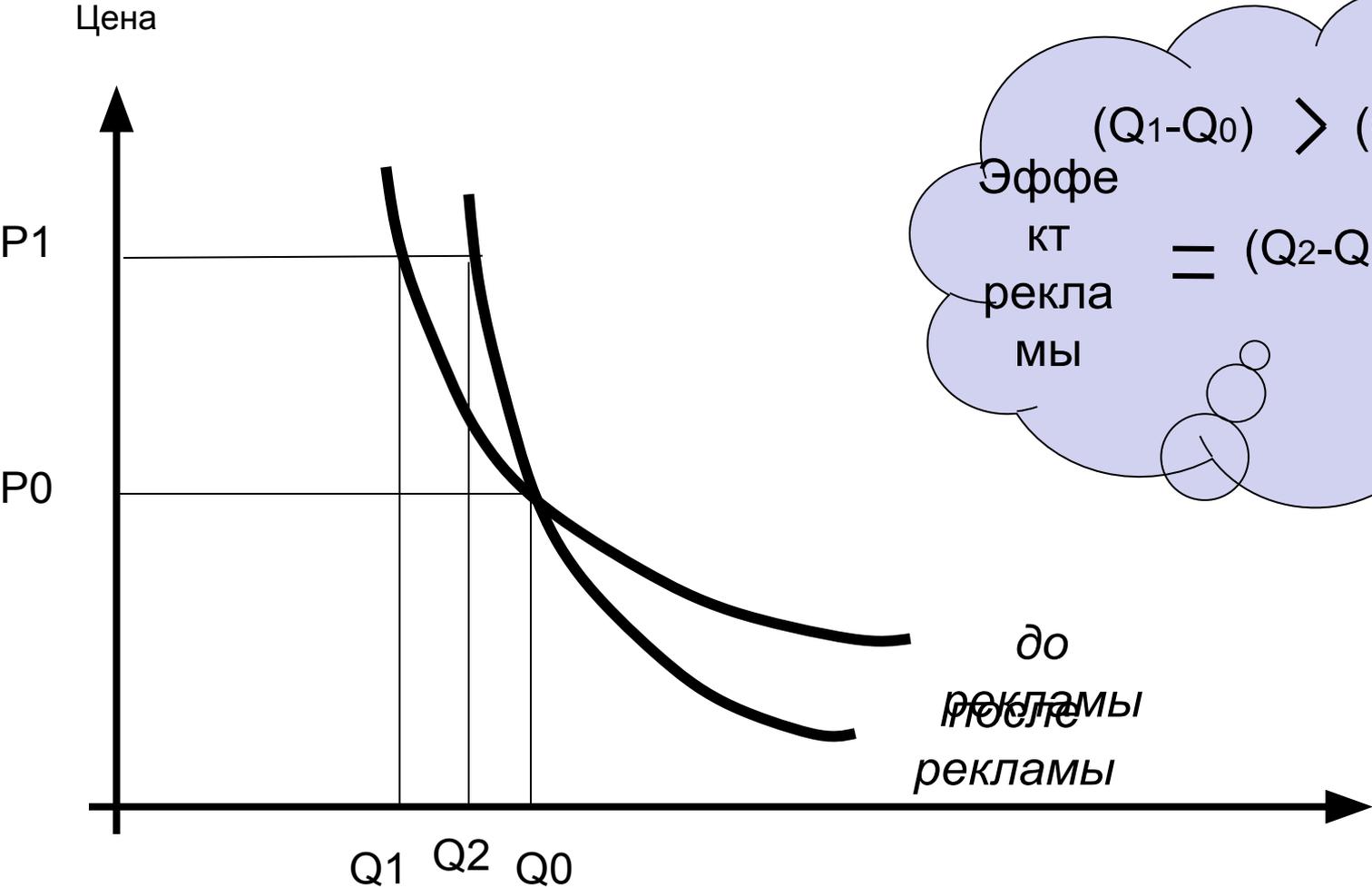
# Экономика рекламы



# Ценовая реклама



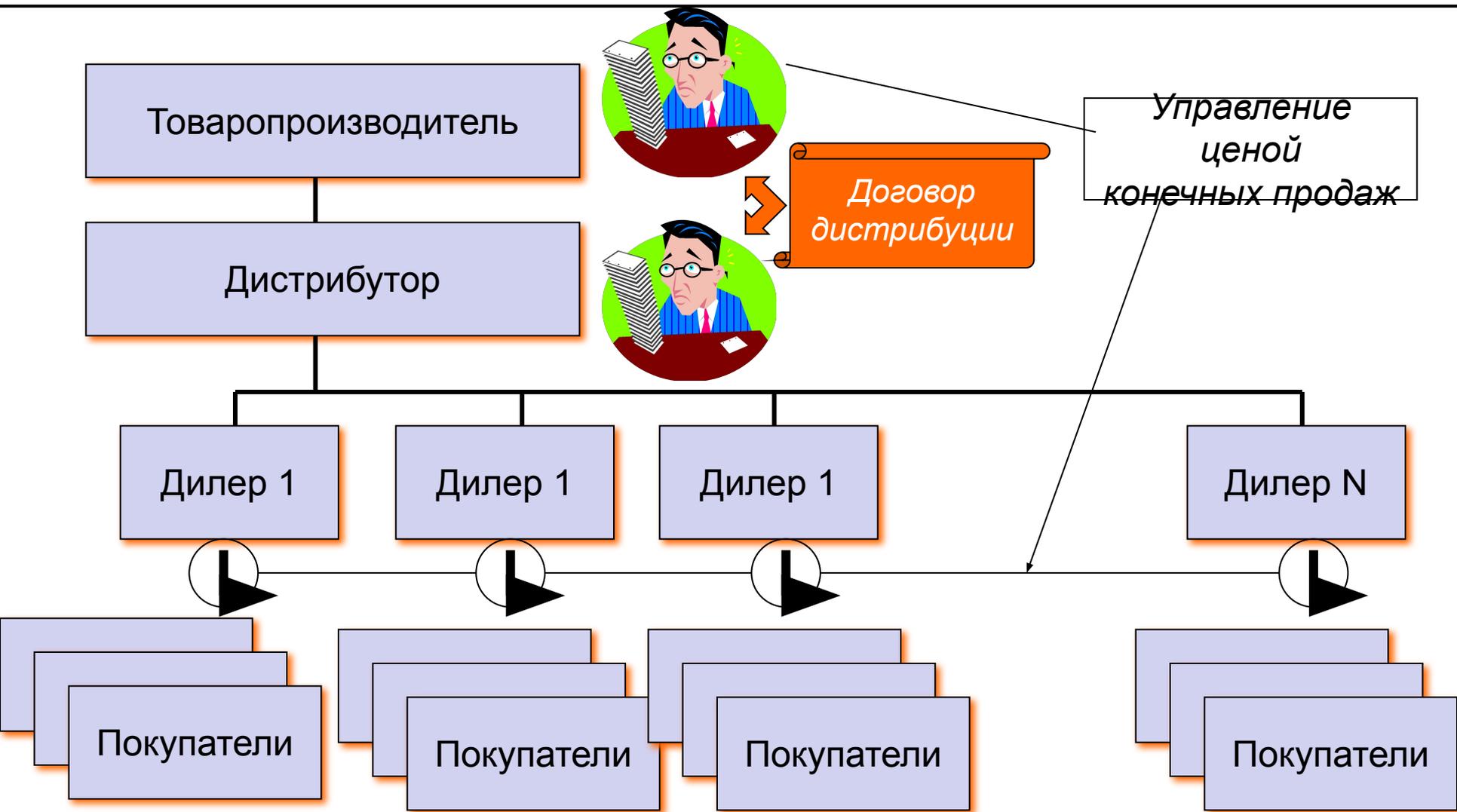
# Нецензовая реклама



$(Q_1 - Q_0) > (Q_2 - Q_0)$

Эффект рекламы =  $(Q_2 - Q_1) \times$  норма прибыли

# Дистрибутив продаж

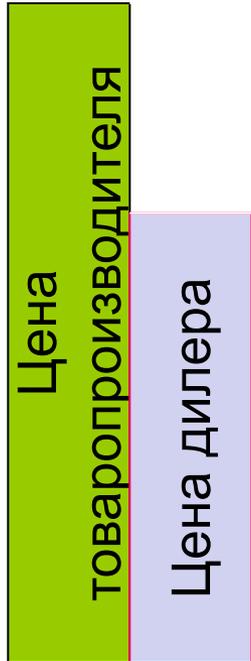


# Занижение цены

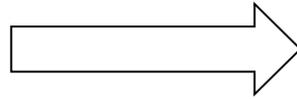
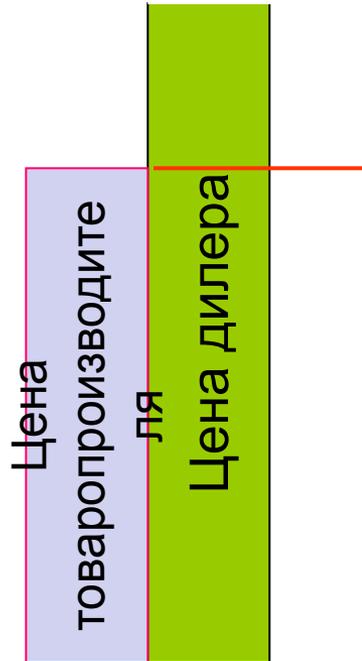
1. Восприятие товара в качестве «дешевого»

2. Невозможность продвижения дорогой продукции в дальнейшем

3. Ограничение в брендинге и нейминге



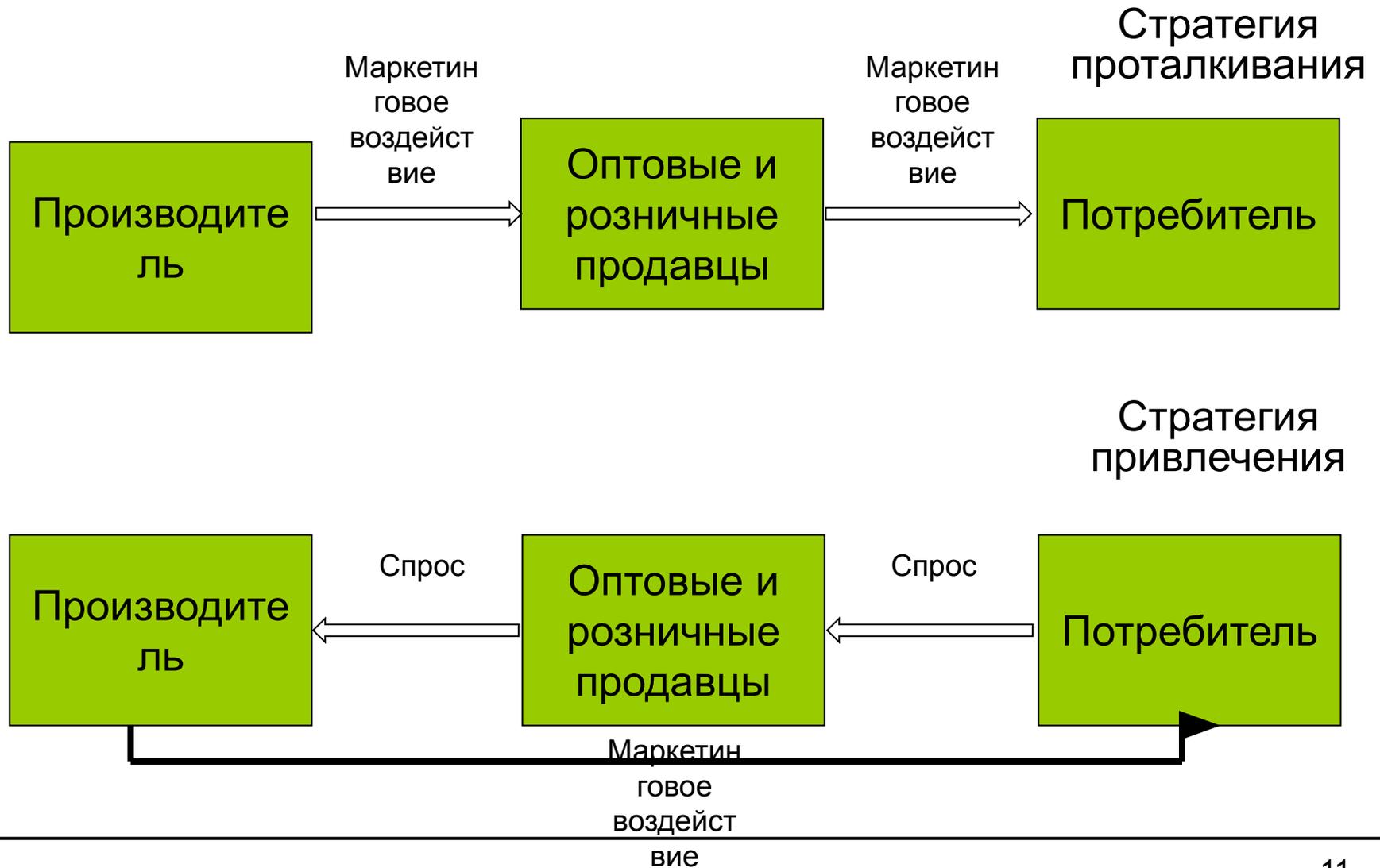
# Завышение цены



1. Остановка сбыта
2. «Затаривание» склада
3. Ограничение в брендинге  
и  
нейминге



# Стратегия продвижения товара на рынок



---

Спасибо за внимание !