

СОДЕРЖАНИЕ:

- ▣ Что такое маркетинг?
- ▣ Основные виды маркетинговой деятельности.
- ▣ Принципы маркетинга.
- ▣ ФУНКЦИИ И ВИДЫ МАРКЕТИНГА.
- ▣ Цель и задачи маркетинга.
- ▣ Связанные понятия.

ЧТО ТАКОЕ МАРКЕТИНГ?

- Что такое маркетинг? Многие полагают, что маркетинг это лишь реклама и продажи. Однако, это не более чем составные части маркетинга. Они существуют как два неотъемлемых компонента маркетинга.
- **Маркетинг** — это вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение потребностей посредством обмена.
- **Маркетинг** — социальный и управленческий процесс, направленный на удовлетворение нужд и потребностей, как отдельных индивидов, так и общественных групп посредством создания, предложения и обмена товаров и услуг.
- **Маркетинг** — это извлечение прибыли из удовлетворения потребителя.
- **Маркетинг** — рыночная концепция управления производственно-сбытовой деятельностью предприятия, направленная на изучение рынка и конкретных запросов потребителей.

ОСНОВНЫЕ ВИДЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:

К основным видам маркетинговой деятельности относятся:

- исследования (потребителя, товара, рынка);
- НИОКР;
- планирование;
- ценовая политика;
- упаковка;
- комплекс маркетинговых коммуникаций;
- сбытовая деятельность;
- выработка системы распределения товара по сбытовым точкам;
- международные операции;
- послепродажное обслуживание.

ПРИНЦИПЫ МАРКЕТИНГА:

Основные принципы маркетинга:

- ▣ **Исследования рынка** и производственно-сбытовых возможностей предприятия.
- ▣ **Сегментация.** Её смысл заключается в том, что предприятие выявляет для себя наиболее приемлемый сегмент рынка, в отношении которой и будет проводить исследование рынка и продвижение товара.
- ▣ **Гибкое реагирование производства и сбыта** быстрое изменение в зависимости от меняющихся требований рынка, эластичности спроса и предложения.
- ▣ **Инновация** предполагает совершенствование и обновление товара, разработку новых технологий, внедрение новых методов работы с потребителями, выходы на новые рынки, обновление рекламы, новые каналы товародвижения, новые методы сбыта.
- ▣ **Планирование** построение производственно-сбытовых программ, основанных на рыночных исследованиях, и конъюнктурных прогнозах.

ФУНКЦИИ И ВИДЫ МАРКЕТИНГА:

Основные функции маркетинга:

- планирование;
- организация;
- координация;
- мотивация;
- контроль.

Дополнительные функции,:

- комплексное исследование рынка;
- анализ производственно-сбытовых возможностей предприятия;
- разработка маркетинговой стратегии и программы;
- осуществление товарной политики;
- осуществление ценовой политики;
- осуществление сбытовой политики;
- коммуникационная политика;
- организация маркетинговой деятельности;
- контроль маркетинговой деятельности.

Виды маркетинга

- Внутренний маркетинг;
- Экспортный маркетинг;
- Импортный маркетинг;
- Маркетинг прямых инвестиций;
- Международный маркетинг;
- Маркетинг в сфере некоммерческой деятельности;

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ МАРКЕТИНГА:

Целью современного маркетинга -удовлетворение потребностей клиентов.

Цель маркетинга — привлекать новых клиентов, обещая им высшую потребительскую ценность.

Основные задачи маркетинга:

- Исследование, анализ и оценка нужд реальных и потенциальных потребителей продукции фирмы в областях, интересующих фирму.
- Маркетинговое обеспечение разработки новых товаров и услуг фирмы.
- Анализ, оценка и прогнозирование состояния и развития рынков, на которых оперирует или будет оперировать фирма, включая исследование деятельности конкурентов.
- Формирование ассортиментной политики фирмы.
- Разработка ценовой политики фирмы.
- Участие в формировании стратегии и тактики рыночного поведения фирмы, включая разработку ценовой политики.
- Сбыт продукции и услуг фирмы.
- Коммуникации маркетинга.
- Сервисное обслуживание.

СВЯЗАННЫЕ ПОНЯТИЯ:

- ▣ **нужда** — чувство необходимости удовлетворения основных потребностей
- ▣ **потребности и запросы** — специфическая форма удовлетворения человеческих нужд
- ▣ **спрос** — потребность в определенных товарах, выраженная в способности человека их приобрести
- ▣ **товар и услуги**
- ▣ **потребительская ценность** — оценка потребителем способности товара в целом удовлетворить его нужды
- ▣ **обмен** — акт приобретения некоего желаемого товара на нечто предлагаемое другой стороной.
- ▣ **сделка**
- ▣ **рынок**