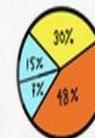
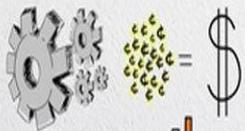
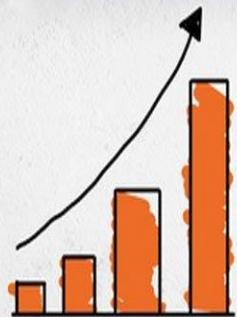


# Маркетинг



# Основные категории рыночной экономики

1. **Нужда** — это чувство ощущаемой человеком острой нехватки чего-либо, что очень необходимо для жизни.
2. **Потребность** — это нужда, уже принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и развитием личности конкретного человека и его социального окружения.
3. **Запрос** – потребность, подкреплённая покупательной способностью отдельного человека.
4. **Спрос** — это количество каких-то потребительских благ, которое хотят и могут приобрести покупатели за определённый период времени при всех возможных ценах на этот товар.
5. **Товар** – все потребительские блага, которые могут удовлетворить потребность или нужду людей и предлагаются кем-либо с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления

# Основные категории рыночной экономики

- 6. Обмен** — это процесс и результат получения от кого-либо желаемого объекта с предложением что-либо отдать взамен полученного
- 7. Сделка** — это коммерческий обмен ценностями между двумя сторонами
- 8. Деньги** – это специфичный товар для обмена, они выступают как эквивалент при обмене любого другого товара

```
graph TD; A[Сделки] --> B[Устные]; A --> C[Письменные]; C --> D[Простая письменная форма]; C --> E[Нотариально-удостоверенная форма];
```

Сделки

Устные

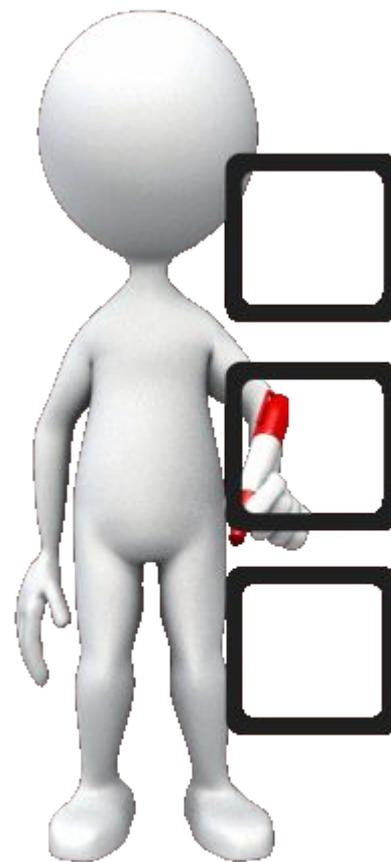
Письменные

Простая письменная  
форма

Нотариально-  
удостоверенная  
форма

# Маркетинг

ЭТО ВИД  
профессиональной  
деятельности,  
направленной на  
удовлетворение нужд и  
потребностей  
посредством обмена



# Функции маркетинга

Исследование  
рыночных  
возможностей

Сбор и анализ  
информации

Прогноз  
покупательского  
поведения

Планирование  
ассортимента  
продукции

Прогнозирование  
спроса

Организация  
сбыта продукции

Разработка  
товара

Установление  
цены

Методы  
распространения  
товара

Стимулирование  
сбыта продукции

Реклама

Пропаганда

Активизация  
продаж



**Процесс маркетингового  
расследования включает ряд  
операций**

Определение  
проблемы

Анализ данных

Анализ  
вторичной  
информации

Рекомендации

Получение  
первичной  
информации

Использование  
результатов

# ***Виды спроса на товар:***

- Отрицательный спрос. Рынок находится в состоянии отрицательного спроса, если большая часть покупателей товар не покупают;
- Отсутствие спроса. Покупатели потеряли интерес к товару;
- скрытый спрос. Потребители не могут купить желаемый товар из-за его нехватки на рынке;
- Падающий спрос. Спрос уменьшается;
- Нерегулярный спрос. Спрос зависит от сезонных, ежедневных, праздничных потребностей покупателей;
- Чрезмерный спрос. У ряда организаций уровень спроса выше, чем они могут или хотят удовлетворить;
- Нерациональный спрос. Противодействие спросу на товары, вредные для здоровья, требует незамедлительных маркетинговых действий

# Стимуляция сбыта:

- РЕКЛАМА



Информирование о новом  
и напоминание о  
существующем товаре

Объяснение отличий и  
преимуществ товаров

## Функции рекламы

Помощь покупателям в  
выборе товара

Формирование имиджа  
(фирмы) товара

Указание места и условий  
продажи

# Профессии, связанные с маркетингом



# Задание:

- Выполнить конспект презентации
- Привести примеры деятельности, которые выполняют специалисты профессий, связанные с рекламой