

# Тема 1. Сущность и принципы маркетинга.

- Понятие маркетинга и эволюция его концепции.  
Проблемы маркетинга.
- Содержание и цели маркетинга.
- Субъекты и объекты маркетинговой деятельности.
- Основные принципы и функции маркетинга.
- Маркетинговая среда предприятия. SWOT- анализ.
- Методы (типы) маркетинга.

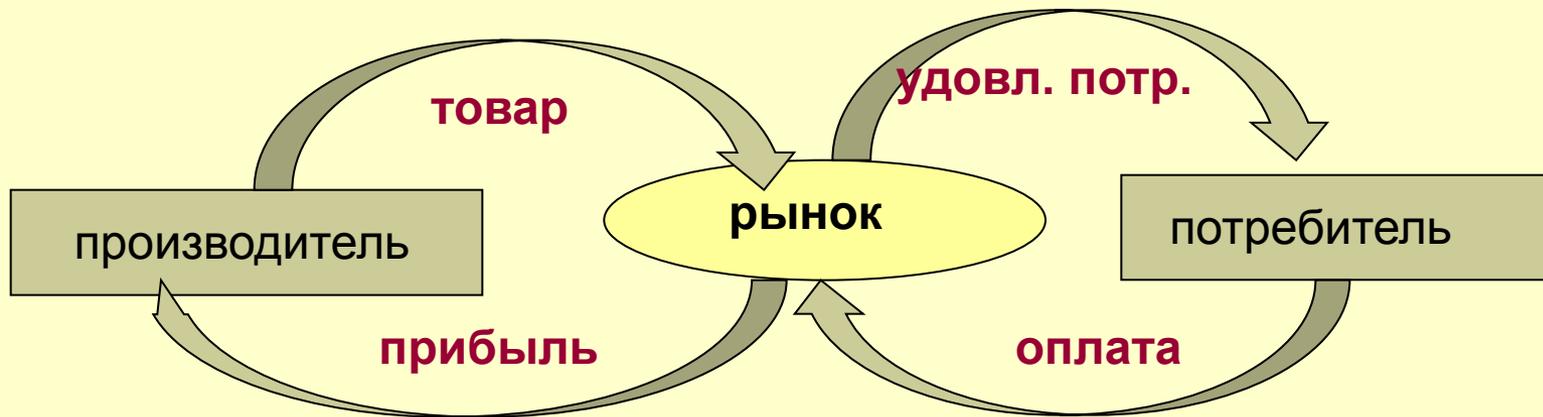
# *Marketing* –

market + ing =

рынок + продолжительные действия.

---

**Рынок** – это система взаимодействия субъектов, основанная на достижении целей каждого за счет обмена результатами деятельности.



Цель производителя: прибыль через удовлетворение потребностей товаром, услугой за определенную цену.

Цель потребителя: удовлетворение потребностей через оплаченный товар (услугу).

# *Маркетинг*

одна из систем управления и организации деятельности по разработке новой продукции, производству и сбыту товаров или предоставлению услуг с целью получения прибыли через удовлетворение потребителя на основе учета комплексных процессов, происходящих на рынке.

# Цели маркетинга

---

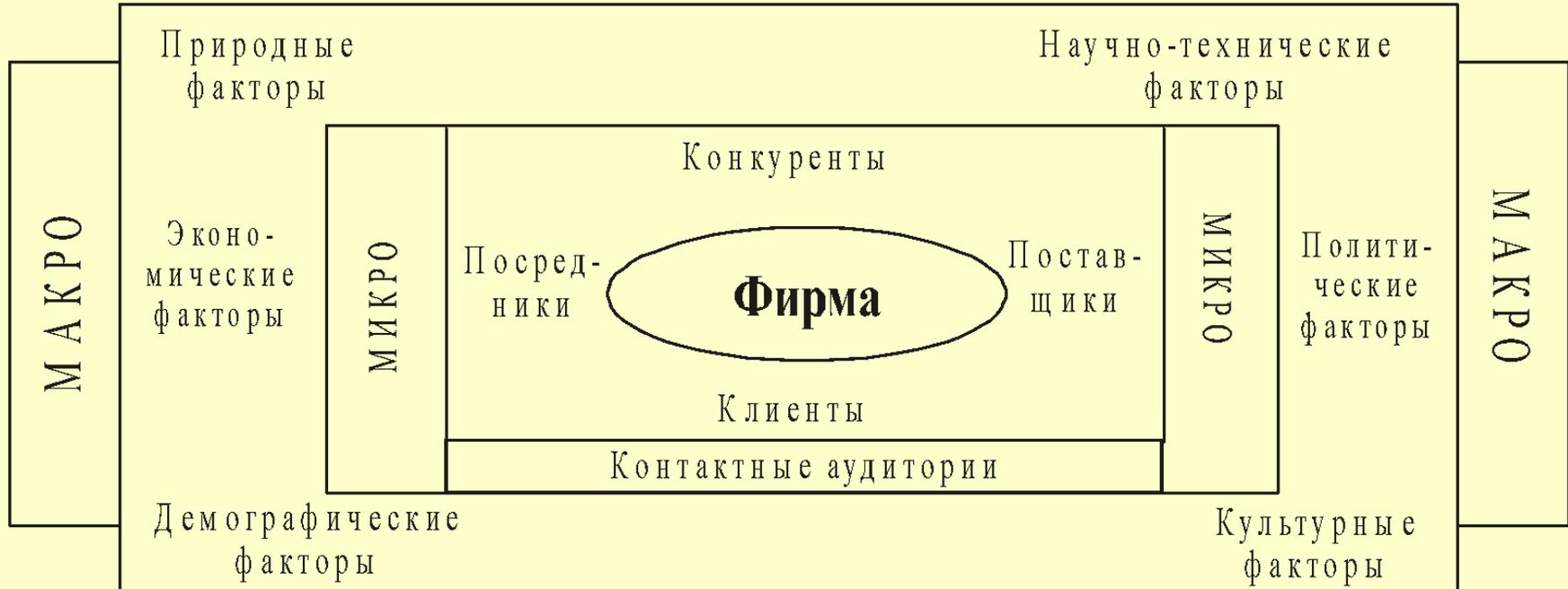
- удовлетворение потребителя
- повышение качества жизни
- получение прибыли
- достижение производителем устойчивого конкурентного положения на рынке

# Сущность маркетинга



# Маркетинговая среда

Искусство управления маркетингом заключается в максимальном использовании предприятием внутренних факторов, поддающихся контролю и воздействию, и в максимальном приспособлении своих возможностей к внешним факторам, не поддающимся воздействию.



# SWOT-анализ

**SWOT-анализ** направлен на разделение факторов, влияющих на стратегическое развитие фирмы, на:

- *внешние/внутренние;*
- *позитивные/негативные.*

<i>Содержание SWOT-анализа</i>	<i>факторы</i>	<i>Содержание маркетинговой деятельности</i>
<i>S – strengths</i>	сильные стороны	укреплять, развивать
<i>W – weaknesses</i>	слабые стороны	компенсировать
<i>O – opportunities</i>	возможности	использовать
<i>T – threats</i>	угрозы	избегать, преодолевать

**Цели** SWOT-анализа: интегрированная оценка и прогнозирование деятельности фирмы; формирование сбалансированной стратегии фирмы.

# Типы (методы) маркетинга

*«Маркетинг – процесс управления, направленный на определение, предвиденье и удовлетворение требований потребителя и получение прибыли».*

Общественный союз Великобритании

Задача предприятия – управление рыночным спросом с целью получения прибыли.

**Тип (метод) маркетинга** – это система подходов, направленная на решение задач маркетинга, исходя из спроса, его объема и характера.

## Типы (методы) маркетинга:

- конверсионный маркетинг
- развивающий маркетинг
- стимулирующий маркетинг
- синхромаркетинг
- демаркетинг
- ремаркетинг
- поддерживающий маркетинг
- противодействующий маркетинг

