

Государственное образовательное учреждение высшего
профессионального образования
Пермский государственный университет

КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА

Лекция по дисциплине «МАРКЕТИНГ»

КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА («marketing-mix») – это набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга, совокупность которых фирма использует для создания отличительных преимуществ компании на целевых рынках относительно конкурентов.

Комплекс маркетинга включает 4 элемента:

Товар (Product)

Это набор «изделий и услуг», которые фирма предлагает целевому рынку.

Цена (Price)

Денежная сумма, которую потребитель должны уплатить для получения товара.

4P

Каналы распределения (Place)

Организация структуры товародвижения, благодаря которой товар становится более доступным для потенциальных покупателей.

Продвижение (Promotion)

Всевозможная деятельность фирмы по распространению сведений о достоинствах своего товара и убеждению целевых потребителей покупать его.

СОСТАВЛЯЮЩИЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА



ИНСТРУМЕНТОВ МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСА

Инструмент маркетингового комплекса	Производитель/продавец	Покупатель/потребитель
<p style="text-align: center;">ТОВАР (материальное благо или услуга)</p>	<p>Предмет или вид деятельности, предназначенный для продажи</p>	<p>Полезность, определяемая нуждой</p>
<p>ЦЕНА</p>	<p>Источник покрытия затрат и получения дохода</p>	<p>Воспринимаемая ценность, определяемая полезностью</p>
<p>РАСПРЕДЕЛЕНИЕ</p>	<p>Система сбыта товаров с привлечением посредников (или без них)</p>	<p>Доступность, определяемая удобствами при покупке</p>
<p>ПРОДВИЖЕНИЕ</p>	<p>Средство стимулирования для увеличения продаж</p>	<p>Информированность, определяемая требованиями быть осведомленным для формирования отношения</p>

МОДЕЛЬ «7P»

Модель «4P»



Люди (People)

Контингент, имеющий отношение к процессу купли-продажи;

Процесс покупки (Process)

То, что связано с деятельностью покупателя по осуществлению выбора товара;

Физический атрибут (Physical evidence)

Материальный предмет; служит для клиента подтверждением факта оказания услуги.

Кроме этого для расширения списка "P" обычно используются:

Упаковка
(Package)

Прибыль
(Profit)

Персонал
(Personnel)

Окружающая среда
(Physical premises/surround)

Покупка
(Purchase)

Связи с общественностью
(PR, publicity)

МОДЕЛЬ «4С»

В модели «4С» фокус смещается с продавца на потребителя. Элементами модели являются:

*Нужды и потребности
покупателя*
(Customer needs and wants)

Затраты покупателя
(Cost to the customer)

Информационный обмен
(Communication)

Удобство
(Convenience)