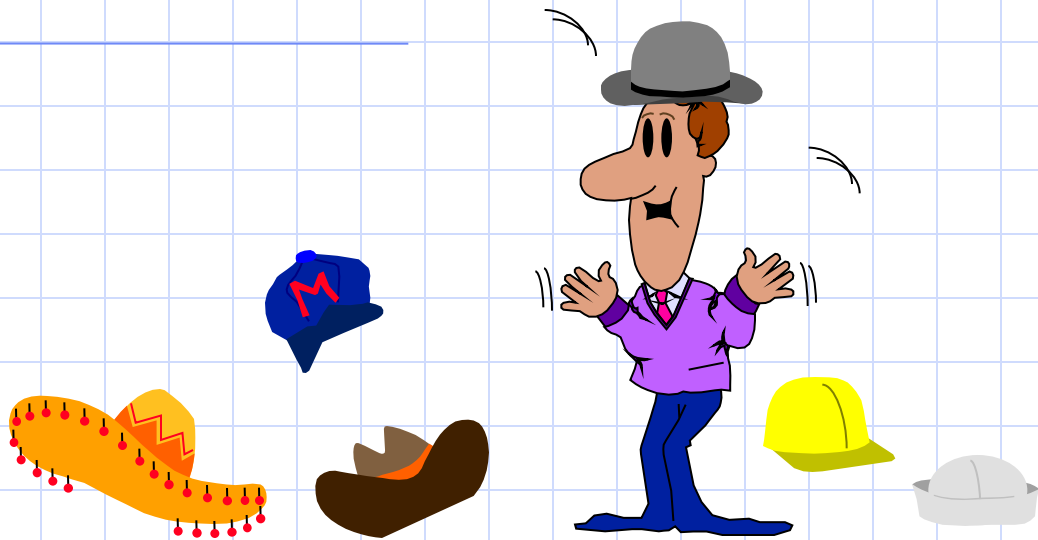


Потребитель.

Суверенитет потребителя.



Иерархия потребностей по А.Маслоу





Маркетинг (англ. market - рынок)

-

деятельность фирм, направленная на ускорение продвижения товаров и услуг от производителя к потребителю



Рыночная экономика

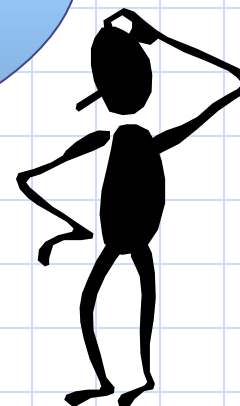
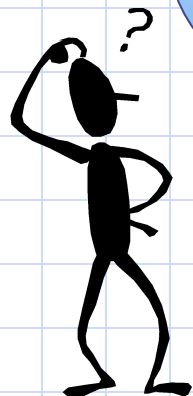


Цель производства – удовлетворение нужд потребителя

Суверенитет потребителя

-

право делать свободный,
осознанный выбор



Суверенитет потребителя

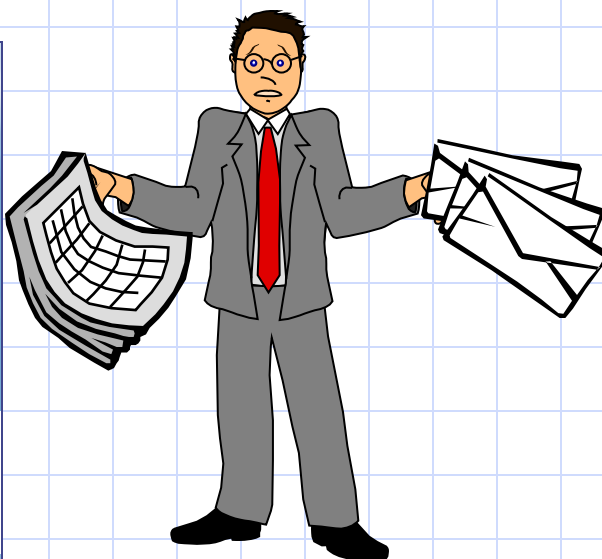


может быть нарушен в результате:

несовершенной
конкуренции
(монополии)

недостатка
информации

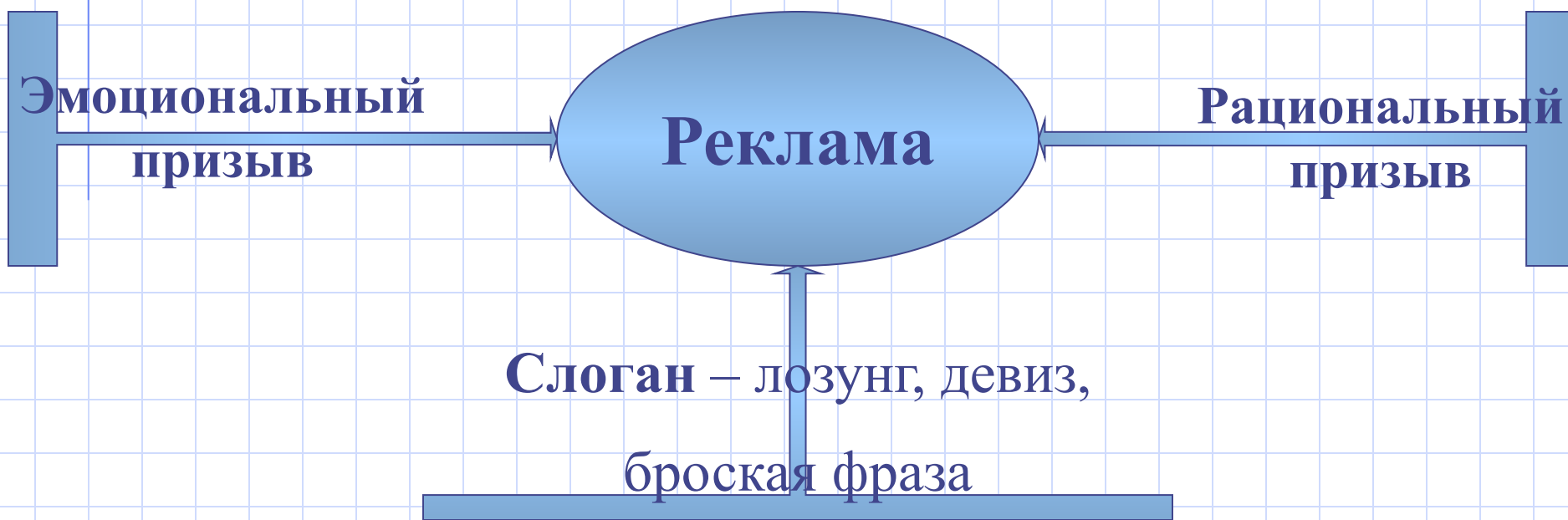
ограничения
импорта





Реклама (лат. reclamare - кричать)

информация о товарах и услугах с целью оповещения потребителей и создания спроса



С НАМИ УДОБНО

Стратегия рекламы



«звезда»

логотип

слоган

История рекламы



1900-1917



1918-1991



1992-2004



Права потребителей



15 марта 1962 года – принятие закона о защите прав потребителей в США

1985 год – резолюция ООН о правах потребителя

1992 год – принятие закона в России

- ✓ право на безопасность
- ✓ право на информацию
- ✓ право выбора
- ✓ право на компенсацию

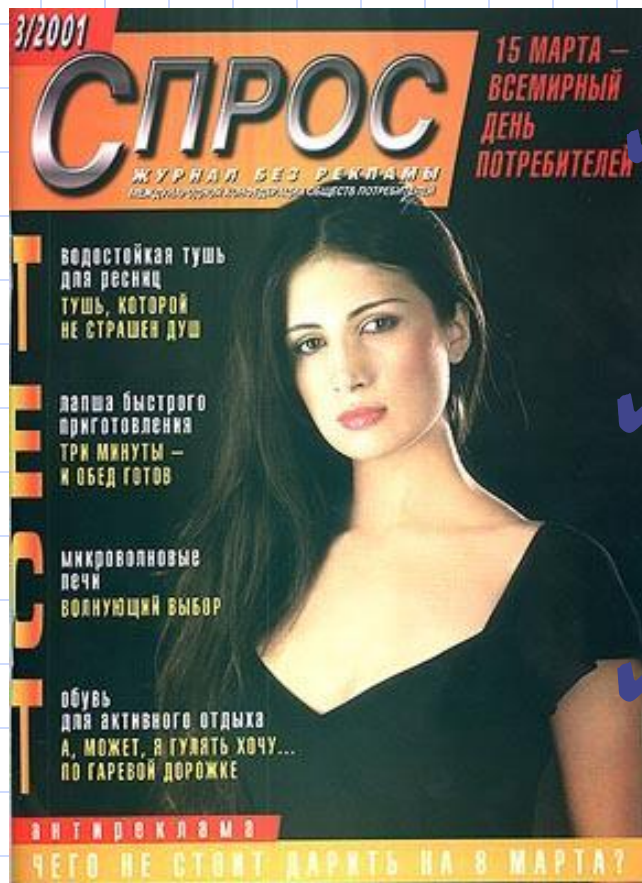


Общества потребителей



Цели:

- ✓ проведение испытаний качества и безопасности товаров
- ✓ предоставление полной информации о товарах и услугах
- ✓ помощь в защите прав потребителей



Чем отличается информация журнала «Спрос» от рекламы



Мы не перевозносим
нашу обувь



Мы перевозносим
ВАС.

ecco

Обувь для жизни

Выводы:



- ✓ Потребности человека разнообразны и безграничны
- ✓ Потребитель должен быть свободен в своем выборе
- ✓ Суверенитет потребителя защищает закон о его правах
- ✓ Реклама – не единственный источник информации о товаре
- ✓ Полную информацию о товаре можно получить в специальных изданиях обществ потребителей

