

Презентация
по дисциплине: «Маркетинг»
на тему:
«Сущность управления
маркетингом»

Заболотских Александр
232 группа

Этапы развития маркетинга

1. 1929 – 1933 годы (маркетинг локализован в сфере реализации уже созданных благ, т.е. сбыт, реклама)
2. 60-е годы (маркетинг - это наука, направленная на решение проблем предпринимательства)
3. 70-е годы (маркетинг широко распространился в промышленности)
4. 80-е годы (маркетинг захватил сферу услуг)

	Функции	Клиент	Результат
Услуг	Полиграфия Выставки Реклама Акции		Известность
Интеграции	Ценообр-ние МИС PR		ROI
Развития	Позиц-ние Брендбилдинг НИОКР		NPS



Маркетинг – это вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена.



потребности



прибыль

Элементы маркетинга

1. **Нужда** - чувство ощущаемой человеком нехватки чего-либо.
2. **Потребности** - это нужды, принявшие специфическую форму в соответствии с культурным укладом и личностью индивида.
3. **Запросы** – это потребность, подкрепленная покупательной способностью
4. **Товары** – все, что может удовлетворить потребность или нужду и предлагается рынку в целях привлечения внимания, приобретения, использования или потребления.
5. **Обмен** – это акт получения от кого-либо желаемого объекта с предложением чего-либо взамен.
6. **Сделка** – это коммерческий обмен ценностями между двумя сторонами
7. **Рынок** – это совокупность существующих и потенциальных покупателей и продавцов товаров

Цели маркетинга:

1. Максимизация прибыли;
2. Устойчивый рост доходов фирмы;
3. Удовлетворение потребностей общества.

Функции маркетинга :

1. Аналитическая
2. Производственная
3. Сбытовая
4. Управления и контроля



Современный маркетинг, представляет собой комплекс мероприятий по анализу рынка, формированию и стимулированию спроса, учету рыночных факторов на всех стадиях производственного процесса, продвижение товаров по каналам обращения до конечного потребителя, финансовому обеспечению производства и обращения, ценообразованию, контролю, рекламной и международной деятельности.



Основных принципы маркетинга

- 1) глубокое и всестороннее научно-практическое исследование рынка и экономической конъюнктуры, а также производственно-сбытовых возможностей предприятия;
- 2) сегментация рынка;
- 3) гибкое реагирование производства и сбыта на требования активного и потенциального спроса;
- 4) инновация;
- 5) планирование.



Управление маркетингом - это целенаправленная деятельность фирмы по регулированию своей позиции на рынке посредством анализа, планирования, претворения в жизнь и контроль за проведением мероприятий, рассчитанных на установление и поддержание выгодных обменов с целевыми покупателями с учетом влияния закономерностей развития рыночного пространства, конкурентной среды для достижения определенных задач организации (получение прибыли, рост объемов сбыта, увеличение доли рынка).

Управление маркетингом

```
graph TD; A[Управление маркетингом] --> B[Управление деятельностью]; A --> C[Управление функцией]; A --> D[Управление спросом];
```

**Управление
деятельностью**

**Управление
функцией**

Управление спросом

В управлении маркетингом выделяют основные функции:

- 1) планирование маркетинга;
- 2) организация осуществления маркетинговых стратегий и маркетинговых программ;
- 3) учет и контроль маркетинговой деятельности;
- 4) экспертное отслеживание и регулирование позиционно - деятельностного поведения фирмы на рынке.



Управление функцией

Маркетинговая функция — одна из важнейших функций предприятия в условиях его рыночной деятельности. Она теснейшим образом связана с производственной, снабженческо-сбытовой, финансовой, административной и другими функциями предприятия. Маркетинговая функция формируется постольку, поскольку происходит перестройка в мировоззрении управления предприятием на всех его уровнях.

Так, совместно с производством маркетинг решает вопросы выпуска продукции необходимого качества и в нужном количестве с учетом себестоимости и в соответствии с требованиями рынка.



Управление спросом

Смысл понятия «управление маркетингом», заключается в создании и удовлетворении спроса потенциальных покупателей.

Управлять маркетингом означает «делать рынок», «делать спрос». В этом и заключается формирование на предприятии нового «образа действия» на рынке.

Механизм управления спросом основан на использовании определенных средств, инструментов в их тесной взаимосвязи. К числу таких средств относятся: продукт, продажная цена, позиция, продвижение.

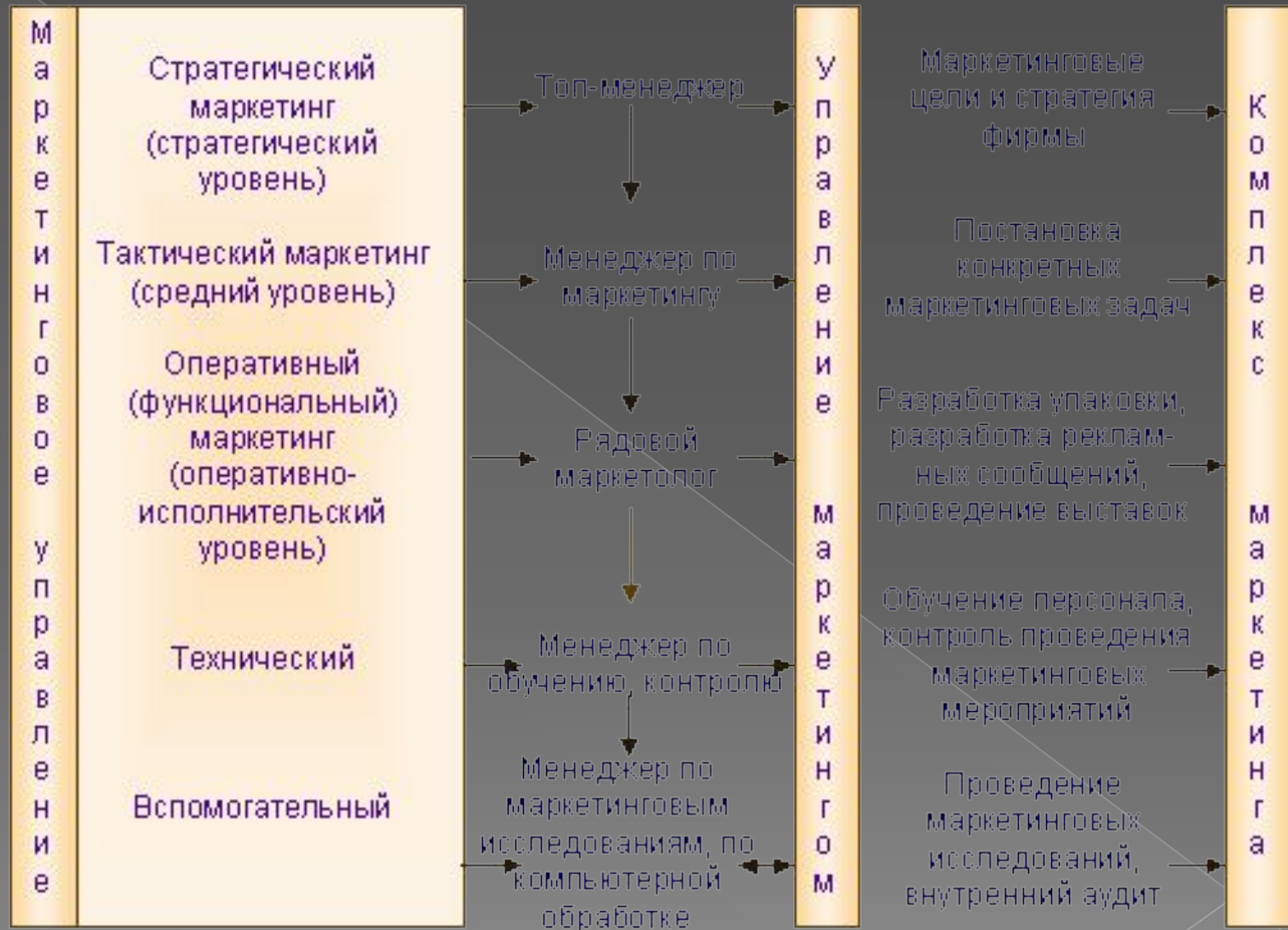
Продукт (или товар) — это наиболее важное средство маркетинга. Предприятие должно четко представлять себе, какой продукт необходим потребителю, каковы их требования, как можно повысить полезность товара для потребителя, как выделить собственный продукт среди других товаров и т.д.



ПРОДВИЖЕНИЕ

Продвижение — одно из ключевых средств маркетинга, позволяющее активно воздействовать на потребителей. Продвижение (или содействие продажам) широко использует рекламу, личные контакты, стимулирование, формирование положительного имиджа и т.д.

Управление маркетингом осуществляется на пяти уровнях



Управление маркетингом на предприятии состоит из четырех этапов:

Первый этап - необходим анализ рыночных возможностей, который нужно начинать с того, что установить долю предприятия на товарном рынке.

Второй этап - следует выбрать целевой рынок. Такое название имеет наиболее выгодная для конкретного предприятия группа рыночных сегментов или же только один сегмент. И деятельность предприятия направлена именно на них.

Третий этап - разрабатывается комплекс маркетинга, представляющий собой совокупность параметров, которые управляются предприятием и используются, чтобы наиболее полно удовлетворить потребности целевого рынка. Комплекс маркетинга состоит из таких параметров, как товар, его цена, сбыт, его продвижение на рынок.

Четвертый этап - планирование и контроль. Планированием называется процесс, во время которого ставятся цели, устанавливаются стратегии и четкие пути их реализации. Оно делится на тактическое и стратегическое. Контроль же нужен для того, чтобы оценивать уровень выполнения планов.

Спасибо за внимание!



НОВЫХ УСПЕХОВ, ТОВАРИЩИ!