

Информационные организации как элемент инфраструктуры рынка



Информационное агентство —

специализированное информационное предприятие (организация, служба, центр), обслуживающее СМИ.

Основная функция — снабжать оперативной политической, экономической, социальной, культурной информацией редакции газет, журналов, телевидения, радиовещания.





Редакции могут
работать:

независимо,
предоставляя
свои услуги на
местах

под
руководством
главной
редакции

Структура агентства

фотостудии

архивы

отделы по созданию веб и
аудиовизуальной продукции

аналитические отделы

PR-отделы



Информационные агентства

России:

- Информационное агентство России «ТАСС» (ТАСС)
- МИА «Россия сегодня» / РИА «Новости»
- Агентство экономической информации «ПРАЙМ»
- Российское агентство правовой и судебной информации (РАПСИ)
- Агентство спортивной информации «Р-Спорт»
- Интерфакс
- РБК
- ИА REGNUM
- Росбалт
- РИА «Ореанда»
- Агентство национальных новостей (АНН)



Организация коммерческой деятельности в маркетинговых и информационно - коммерческих центрах.



Маркетинговые исследования включают комплексное изучение:

требование потребителей

конкурентов

конъюнктуры рынка

спроса на те или иные товары

каналов сбыта

выбор эффективных путей товародвижения

расположение складов



Маркетинговые центры –

центры которые специализируются на предоставлении на коммерческой основе услуг по изучению отдельных товарных рынков, сравнительному анализу маркетинговой деятельности конкурирующих предприятий и организаций, проведению опросов (с анализом результатов) субъектов товарного рынка по различным аспектам рыночных отношений, других маркетинговых услуг.



Прогнозирование товарного спроса основывается на:

- 1 Сравнительном анализе динамики и структуры продажи товаров заказчиком и конкурентами за прошедшие периоды;
- 2 Выявление коммерческих ошибок;
- 3 Моделировании предстоящих изменений спроса в зависимости от места, занимаемого конкретной продукцией на товарном рынке, ее цены, расходов на маркетинг.



Главная задача информационно-коммерческих центров –

создание юридическим и физическим лицам благоприятных условий для заключения хозяйственных договоров и сделок по продаже и закупке товаров на товарном рынке.



Информационными услугами центра
могут пользоваться

изготовители

потребители

посредники

