



КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА.

# СОДЕРЖАНИЕ

- Комплекс маркетинга
- Комплекс маркетинга 4P
- Базовая модель: маркетинг микс 4P
- Концепция комплекса маркетинга
- Комплекс маркетинга 7P
- История комплекса маркетинга

# КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА

**Комплекс маркетинга** (часто называют маркетинг-микс) — это некий набор инструментов (объектов, процессов и функций), манипулируя которыми маркетологи стараются наилучшим образом удовлетворить клиентов.

Иными словами, *комплекс маркетинга* — это набор поддающихся контролю неких переменных факторов маркетинга, учет этих факторов, воздействие на них, манипуляция ими позволяет фирме вызвать желательную ответную реакцию со стороны рынка.

# Комплекс маркетинга 4P

Такое вычленение и отдельного рассмотрения инструментов, элементов и переменных из общего комплекса маркетинга обозначается концепцией "4P". В комплекс маркетинга включаются только четыре элемента, названия которых в английском языке начинаются с буквы "P":

- ✓ Product;
- ✓ Price;
- ✓ Place;
- ✓ promotion.

Именно эти элементы, переменные принимаются во внимание маркетингом, признаются ключевыми и требующими постоянного пристального внимания. Более того, все эти элементы комплекса маркетинга взаимосвязаны между собой и именно в этой взаимосвязи отдельных элементов маркетинг планирует, разрабатывает и реализует маркетинговые действия.

# Базовая модель: маркетинг

## микс 4P

Product

Price

Promotion

Place

4P

# Концепция комплекса маркетинга

Таким образом, под комплексом маркетинга понимается переменные, находящиеся под контролем у маркетинга. Именно комплексная (одновременная и системная) работа с этими переменными позволяет добиться маркетингового результата.

- ✓ В соответствии с концепцией комплекса маркетинга, фирма, в рамках маркетинговой деятельности:
- ✓ разрабатывает;
- ✓ реализует;
- ✓ и оценивает качество придуманного и реализованного и корректирует разработанное;

и корректирует, варьируя параметрами комплекса маркетинга, с целью наиболее

# Комплекс маркетинга 7P

**Комплекс маркетинга "7P"** включает все элементы комплекса маркетинга "4P" (*product, price, place, promotion*), а также такие элементы, как:

- ✓ *people* — люди, все те, кто прямо или косвенно вовлечены в процесс маркетинга;
- ✓ *process* - процедуры, механизмы и последовательности действий, которые обеспечивают маркетинг;
- ✓ *physical evidence* - обстановка, среда, в которой оказывается услуга, продается товар.

# История комплекса маркетинга

Термин комплекс маркетинга ("маркетинг-микс") был впервые предложен в 1953 г. Нилом Борденом в президентском обращении к Американской маркетинговой ассоциации. Борден использовал работы Джеймса Каллитона, в которых **маркетолог** был описан как человек, координирующий процессы и комбинирующий в работе различные элементы.

Предполагалось, что разнообразное сочетание элементов может приводить к положительным результатам деятельности на рынке. В 1960 г. Маккарти сформулировал классификацию, названную «**4P**»





СПАСИБО  
ЗА  
ВНИМАНИЕ