

Некоммерческий маркетинг

Выполнила: Сильнова Анна
Студент 1 курса
направления «менеджмент»
Преподаватель: Прохорова О.В

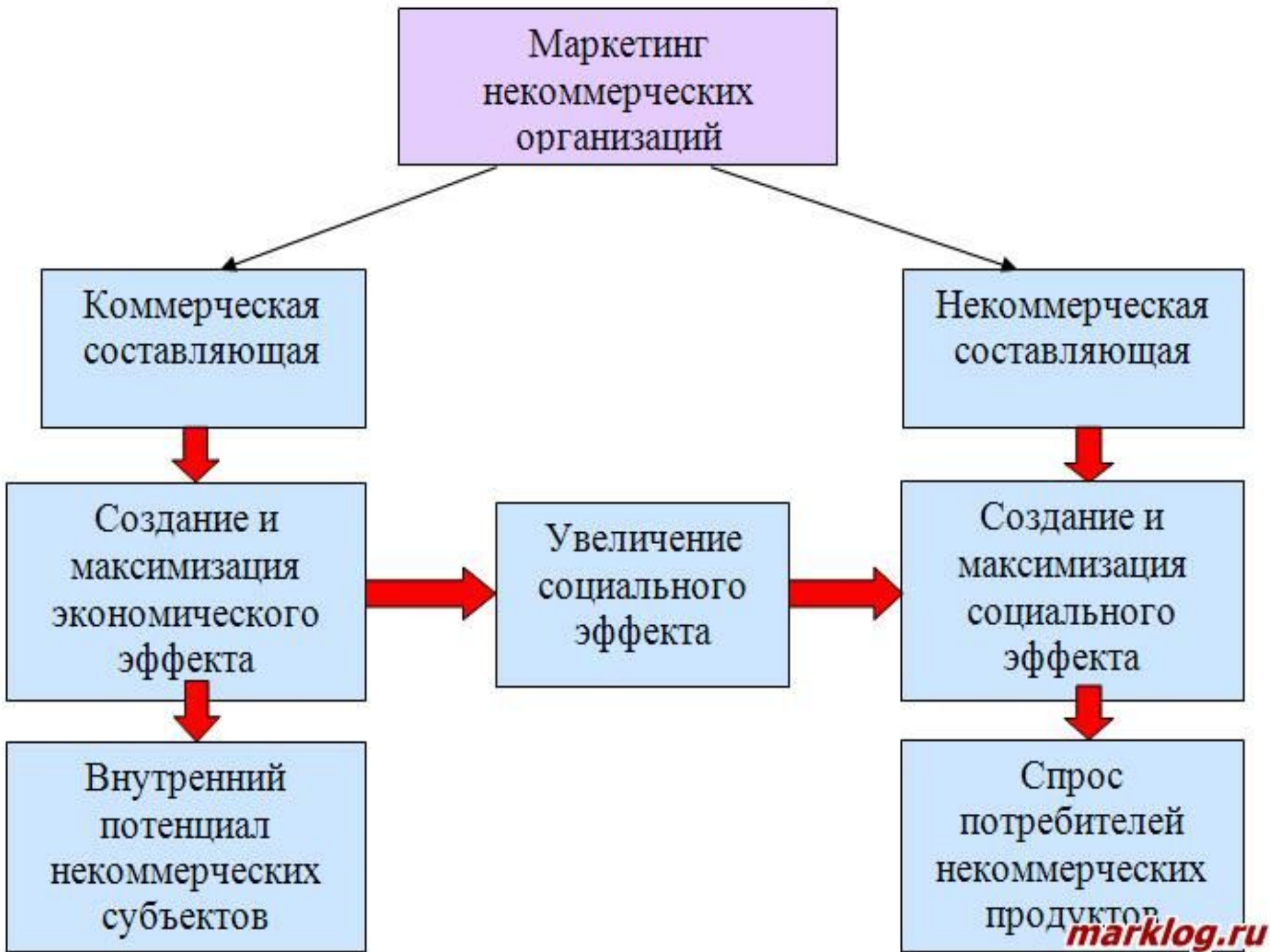
ПЛАН

- 1) Сущность и задачи некоммерческого маркетинга
- 2) Виды некоммерческого маркетинга
- 3) Отличие некоммерческого маркетинга от классического
- 4) Некоммерческая «помогает» коммерческой?
- 5) Примеры использования

1. Некоммерческий маркетинг-это

деятельность некоммерческих образований или физических лиц в конкурентной среде, основанная на принципах классического маркетинга и направленная на достижение целей, не связанных непосредственно с получением прибыли





1. По сути, социальный эффект является своеобразным показателем рентабельности некоммерческого проекта и в идеальном варианте создает нематериальный результат:

- **удовлетворение жизненно-важных потребностей человека;**
- **повышение уровня и качества жизни общества;**



2. Виды некоммерческого маркетинга

- маркетинг государственных некоммерческих субъектов;
- маркетинг негосударственных некоммерческих субъектов;
- маркетинг физических лиц, занимающихся некоммерческой деятельностью



3. Отличие некоммерческого маркетинга от классического

1. Охватывает значительно более широкий круг областей человеческой деятельности, чем производство и продвижение товаров и услуг
2. Способствует более полному и эффективному удовлетворению первостепенных и жизненно важных потребностей членов общества.



3. Отличие некоммерческого маркетинга от классического

- 3. Образует неспецифические связи между государством, обществом и населением
- 4. Продукт некоммерческой организации не приносит прямой финансовой выгоды участнику обмена



4. Некоммерческая «помогает» коммерческой?

Маркетинг в сфере некоммерческой деятельности в идеале призван обеспечивать социальное равновесие и здоровое партнерство между различными социальными группами.

В свою очередь, здоровое общественное сознание благоприятно сказывается на производстве товаров услуг и в конечном счете на получении

9 прибыли.



5. Примеры использования

□ сфера образования.

Качество образовательных услуг прямо влияет на уровень производства, поэтому профессионализм выпускника – залог эффективности коммерческого сектора

□ в случае армейского маркетинга

можно говорить о наличии альтернативы для призывников, когда они могут выбирать между традиционным, контрактным и так называемым альтернативным видами службы (конкуренция между продуктами одного и того же некоммерческого субъекта)

5.Примеры использования

□ При взаимодействии с государством некоммерческая организация

ПОЛУЧАЕТ: часть средств от налогов, освобождение от налогов, правовую помощь

ПРЕДОСТАВЛЯЕТ: помощь в исполнении обязанностей, благодарность, голоса избирателей.

□ При взаимодействии с обществом некоммерческая организация

ПОЛУЧАЕТ: уважение, пожертвования, поддержку в отношении государства;

ПРЕДОСТАВЛЯЕТ: помощь в решении определенных задач, постановку новых