

MARKETING



**СУЩНОСТЬ МАРКЕТИНГА,
ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ И ФУНКЦИИ**

Маркетинг



Маркетинг – результат многолетней эволюции взглядов менеджеров на цели, задачи и методы развития производства и сбыта.

Стадии развития маркетинга:

- «Производи сколько можешь»;
- Продуктовая;
- Концепция продажи;
- «Любите клиента, а не товар. Знайте его нужды и потребности»;
- Концепция социально-экономического маркетинга.

Что такое маркетинг и его цель

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

Цель маркетинга – сделать усилие по сбыту.



Основные принципы маркетинга:

1. Производить то, что нужно потребителю
2. Выходить на рынок со средствами решения проблем потребителей
3. Организовывать производство товаров после исследования спроса
4. Ориентировать усилия на достижение конечного результата производства
5. Использовать программно-целевой метод для достижения целей
6. Применять практику и стратегию к требованиям рынка для продвижения товаров к потребителю
7. Ориентировать деятельность предприятия на долгосрочную перспективу



Функция маркетинга включает в себя действие, способствующее сбыту и реализации продукции

Виды маркетинга

❖ с точки зрения поэтапной интернационализации :

I. внутренний

II. национальный

III. международный



Виды маркетинга



❖ по виду деятельности :

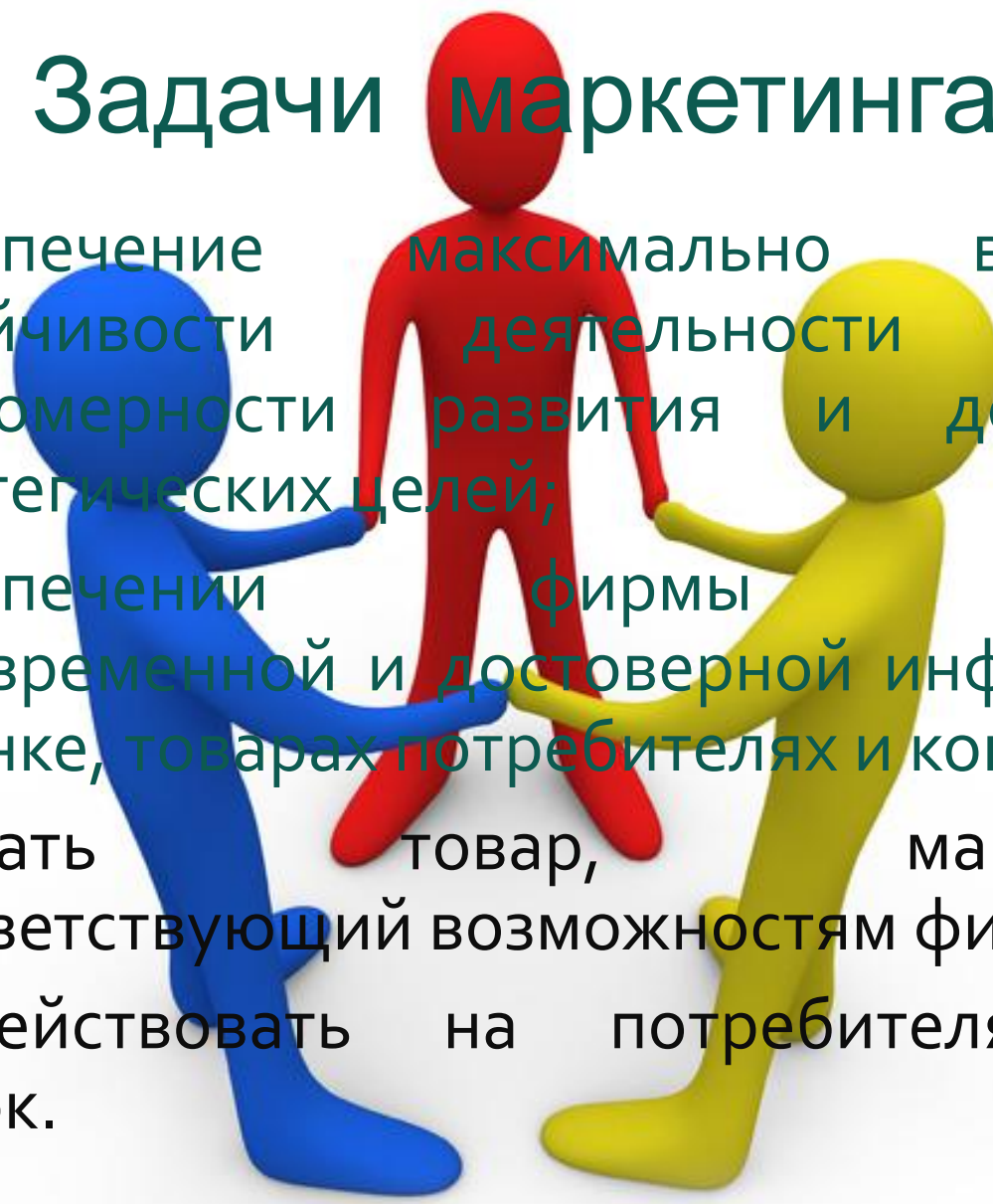
- a) финансовый
- b) инициативный
- c) промышленный
- d) маркетинг в сфере услуг

При изучении необходимо знать понятия:

- Нужда – чувство, ощущение нехватки человеком чего-либо
- Потребность – это нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида
- Запрос – потребность, подкрепленная покупательской способностью
- Товар - все то, что может удовлетворить потребность или нужду и предложить рынку
- Обмен – акт получения от какого-либо желаемого объекта с предложением чего-либо взамен
- Сделка – коммерческий обмен между двумя сторонами
- Рынок – это сфера обращения товара

Задачи маркетинга:

- Обеспечение максимально возможной устойчивости деятельности фирмы, планомерности развития и достижение стратегических целей;
- Обеспечении фирмы надежной своевременной и достоверной информацией о рынке, товарах потребителей и конкурентах;
- Создать товар, максимально соответствующий возможностям фирмы;
- Воздействовать на потребителя, спрос, рынок.



Функции маркетинга:

- Аналитические
- Производственные
- Сбытовые
- Управленческие



e Marketing

