

ТЕМА 11.

«МАРКЕТИНГОВАЯ СМЕСЬ»

11.1. Элемент I. Товар

11.2. Элемент II. Цена

11.3. Элемент III. Сбыт

11.4. Элемент IV. Коммуникации

Комплекс

маркетинга (маркетинг-микс, маркетинговая смесь, концепция «4Р») – это совокупность инструментов, используемых в маркетинге для воздействия на потребительский спрос.

Комплекс маркетинга включает в себя четыре основных элемента маркетинга:

□ **товар;**



□ **цена;**



□ **сбыт;**



□ **КОММУНИКАЦИИ**



Коммуникации [Communications]



Элемент «товар» (англ. *product*)

включает в себя следующие

КОМПОНЕНТЫ:

- Собственно товар;
- Товарный знак;
- Упаковка;
- Услуги;
- Гарантия;
- Сервисное обслуживание.

**Собственно товар –
совокупность свойств
товара, услуги или
идеи, которые
предлагаются для
продажи.**

**Товарный знак –
символ фирмы или
товара,
позиционированный в
сознании потребителей.**

Упаковка –

средство

стимулирования

покупателей и

контрагентов.

**Услуги – преимущества
или удобства,
предлагаемые на продажу
или предоставляемые в
связи с продажей товара.**

**Гарантия –
степень
соответствия
товара своему
назначению.**

**Сервисное
обслуживание –
гарантийное
обслуживание,
удовлетворяющее
потребителей.**

**Элемент «цена» (англ.
price) включает в себя
следующие компоненты:**

- Ценообразование;**
- Скидка.**

Ценообразование

– деятельность,

связанная с

установлением

цены на товар.

Скидка – снижение

запрашиваемой

цены на товар с

целью

стимулирования

продаж.

**Элемент «сбыт», или
«распределение» (англ. *place*),**

включает в себя два

компонента:

- Каналы сбыта
(товародвижения,
распределения);**
- Процесс сбыта.**

Каналы сбыта

**(товародвижения,
распределения) – путь,
который проходит
товар от поставщика к
конечному
потребителю.**

**Процесс сбыта –
реальное движение
товара от места
производства к
месту потребления.**

**Элемент «коммуникации»,
или «продвижение» (англ.
promotion), включает в себя
следующие компоненты:**

- Реклама;**
- Личные (прямые) продажи;**
- Пропаганда;**
- Стимулирование продаж.**

Реклама –

оплаченное

продавцом

неличное

продвижение

товара или услуги.

Личные (прямые)

**продажи – продажа
товаров посредством
личного общения
между продавцом и
покупателями.**

**Пропаганда –
деятельность,
направленная на
формирование
благоприятного имиджа
фирмы или товарной
марки.**

**Стимулирование продаж –
любая иная деятельность,
направленная на
стимулирование работы
персонала и
контрагентов.**

Комплекс

**маркетинга – это
стержень, на котором
строятся теория и
практика
маркетинга.**