

# Менеджмент и маркетинг в семейной экономике



# Менеджмент

*Менеджмент – это вид деятельности по руководству (управлению) людьми, функциями, ресурсами для достижения поставленной цели.*

*Самоменеджмент – это руководство своими действиями для достижения поставленной цели.*

Организация



Планирование



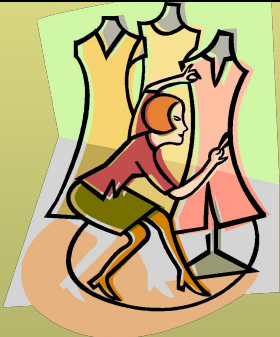
Контроль



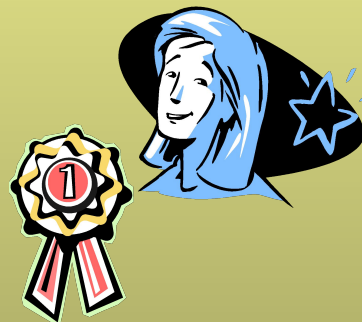
Учет и анализ



Регулирование



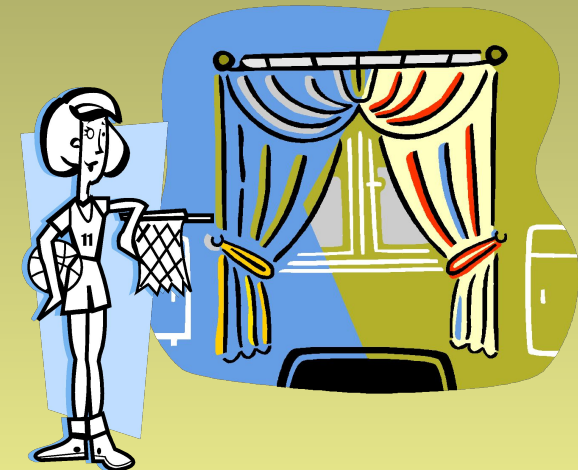
Стимулирование



цель



# Маркетинг



*«marketing» - рынок*

**Маркетинг – это процесс планирования и воплощения замысла, ценообразования, продвижения идеи, товаров, услуг посредством обмена, удовлетворяющего цели семьи.**

**Задачи:**

- 1. Выявление потребностей;**
- 2. Удовлетворение потребностей;**
- 3. Возобновление потребностей.**

**Главная задача маркетинга –  
помогать спросу превратиться в покупку.**



# Этапы совершенения покупок

1. Составление списков необходимых товаров;



2. Привязка их к соответствующим магазинам;



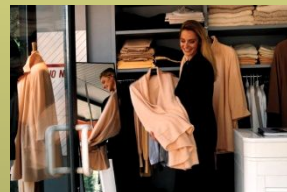
3. Сбор информации о возможных вариантах, качестве, сроке службы;



4. Совершение покупки;



5. Оценка приобретенного товара или услуги.



# Спрос и предложение

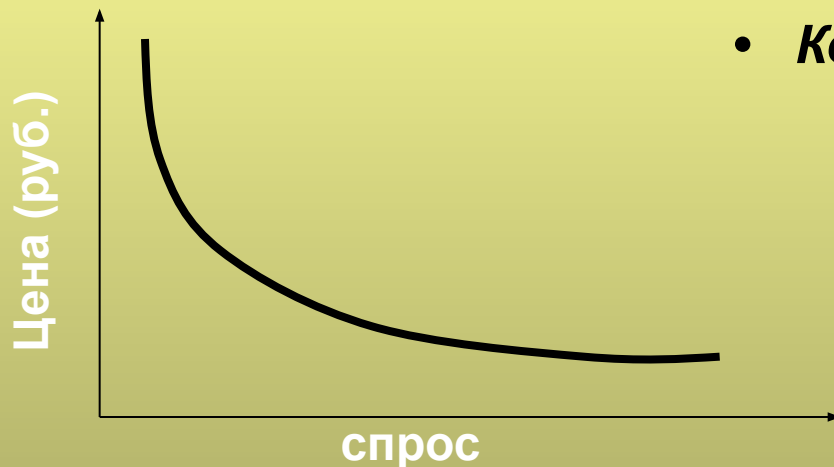
предложение

спрос

конкуренция

цена

- **При снижении цены:**
  - *Спрос растет;*
  - *Предложение падает;*
  - *Конкуренция уменьшается.*
- **При повышении цены:**
  - *Спрос падает;*
  - *Предложение растет;*
  - *Конкуренция увеличивается.*



# Потребительский портрет вещи

1. **Практичность** – надежность в использовании, полезность, соответствие назначению.
2. **Удобство** – комфорт, уют.
3. **Красота** – хорошая одежда, приятное оформление.
4. **Модность.**
5. **Оригинальность** – своеобразие, оригинальность, соответствие индивидуальным вкусам.
6. **Общность** – соответствие другим вещам (имиджу, интерьеру).
7. **Ценность** – свойство вещи сохранять и увеличивать потребительскую стоимость.



**SOLDES**  
**PROMOTION**  
**CHANGEMENT  
DE  
PROPRIÉTAIRE**

# Реклама товара



*Реклама – это мероприятие или система мероприятий, направленных на привлечение покупателя к фирме или реализуемому товару.*

## Массовая

(обращена к большому числу потенциальных покупателей)

## Прямая

(обращена к ограниченному числу потенциальных покупателей)





# Требования к рекламе

- 1.** *Охват как можно большей территории. Стремление угодить покупателям всех регионов с учетом всех климатических и сезонных особенностей;*
- 2.** *Привлечь внимание людей разного образа жизни, привычек и вкусов;*
- 3.** *Объективность и разность информации;*
- 4.** *Наличие юридического адреса, красочность и содержательность оформления.*





# Массовая реклама

## Средства массовой рекламы:

- Телевидение
- Газеты
- Журналы
- Радио
- Выставки



**Цель: получение известности и создание определенного имиджа самой компании, нового товара.**



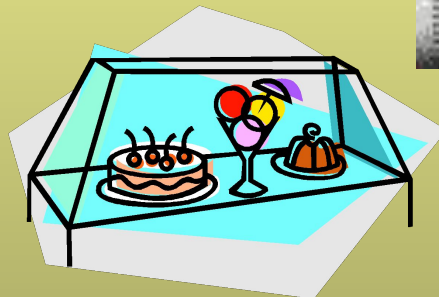
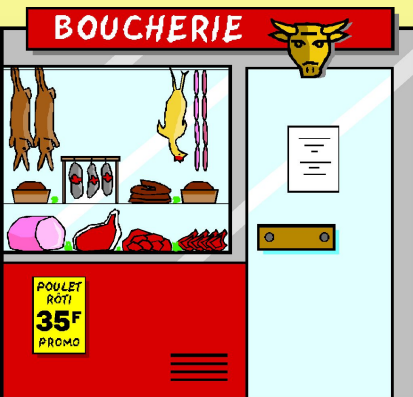
Требования к рекламе:



# Прямая реклама

## Средства прямой рекламы:

- Местные программы телевидения, печати, радио
- Прямая посылка писем и рекламных материалов
- Реклама по телефону
- Оформление витрин
- Организация выставок и других мероприятий.





# Товар



Имеет **товарный знак** и **штриховой код**, который содержит информацию о:

1. Стране-изготовителе 2 цифры (иногда 3);
2. Предприятию-изготовителе 5 цифр (иногда 4);
3. Наименование товара, его потребительские свойства, размеры, массу, цвет;
4. Контрольную цифру, для определения подлинности товара.

8690504035008



1 2 3

Контрольная цифра

В Европе – 13 цифр; США и Канаде – 12.

# Коды стран-изготовителей

Присваивается Международной ассоциацией  
Европейской системы кодирования (EAN)

КОД	страна	КОД	страна
00-09	США и Канада	475	Латвия
30-37	Франция	471	Тайвань
380	Болгария	489	Гонконг
400-440	Германия	45-49	Япония
460-469	Россия	50	Великобритания
520	Греция	775	Перу
529	Кипр	779	Аргентина
539	Ирландия	780	Чили
54	Бельгия и Люксембург	786	Эквадор
560	Португалия	789	Бразилия
569	Исландия	80-83	Италия
57	Дания	84	Испания
590	Польша	850	Куба
599	Венгрия	859	Чехия и Словакия
600,601	ЮАР	860	Югославия
64	Финляндия	869	Турция
690,691	Китай	87	Нидерланды
70	Норвегия	880	Южная Корея
729	Израиль	885	Таиланд
73	Швеция	888	Сингапур
750	Мексика	90,91	Австрия
759	Венесуэла	93	Австралия
76	Швейцария	94	Новая Зеландия
770	Колумбия	955	Малайзия
773	Уругвай		

# Определение подлинности товара

8690504035008

1. Сложить цифры, стоящие на четных местах:

$$6+0+0+0+5+0=11$$

2. Полученную сумму умножить на 3:

$$11 \times 3=33$$

3. Сложить цифры, стоящие на нечетных местах, без контрольной цифры:

$$8+9+5+4+3+0=29$$

4. Сложить числа, указанные в пункте 2 и 3:

$$33+29=62$$

5. Отбросить десятки:

2

6. Из 10 вычесть полученное в пункте 5:

$$10-2=8$$

**Если полученная цифра не совпадает с последней цифрой штрих-кода, то товар произведен не законно и не гарантирует качества.**



# Товарный знак



- **Текстовый товарный знак** состоит из одного или нескольких слов и отражают суть деятельности фирмы. Иногда содержат название фирмы или имя владельца.



- **Аббревиатурные товарные знаки** передают сокращенное название фирмы.



- **Символические товарные знаки** с помощью символов раскрывают, какую продукцию производит фирма, каковы особенности ее производства и основные направления деятельности.



# Права потребителя

## Потребитель имеет право на:

- *Информацию об изготовителе;*
- *Безвозмездное устранение недостатков товара;*
- *Компенсацию морального вреда, причиненного вследствие нарушения изготовителем прав потребителя;*
- *Полного возмещения убытков, причиненных вследствие продажи товара ненадлежащего качества;*
- *Чтобы товар при обычных условиях его использования, хранения, транспортировки и утилизации был безопасен для жизни и здоровья.*