

Виды некоммерческого маркетинга

Выполнили студенты 4 курса УК
Карташева Екатерина
Чистякова Надежда

- Человеческая деятельность в современном обществе очень разнообразна и многогранна. Одной из главных движущих сил многих видов деятельности служит обмен.

- В зависимости от характера обмена человеческую деятельность можно разделить на две крупные сферы: коммерческую и некоммерческую.

В первом случае произведенный продукт обменивается

на другие товары, услуги или деньги.

Во втором случае некий специфический продукт (например, идея, концепция или программа) обменивается на позитивную ответную реакцию потребителя, его время, физические силы, интеллектуальные усилия, необходимые для потребления продукта.

- Социальный эффект — это результат деятельности субъекта, не связанный с получением прибыли и направленный на благо общества в целом или отдельных групп населения.

- Некоммерческий маркетинг представляет собой некоммерческую составляющую маркетинговой деятельности некоммерческих субъектов. Эта деятельность направлена на достижение целей, связанных с созданием и максимизацией социального эффекта.

Виды некоммерческого маркетинга

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

Маркетинг государственных некоммерческих субъектов включает следующую маркетинговую деятельность.

- 1. Органов государственной власти (законодательной, исполнительной, судебной, местных органов управления и т.д.).
- 2. Госбюджетных предприятий и организаций (здравоохранения, образования, науки, культуры).
- 3. Армии.
- 4. Других субъектов, входящих в эту многочисленную группу (например, налоговых органов, дорожной полиции, пожарной охраны, органов лицензирования и т.д.).

Маркетинг негосударственных некоммерческих субъектов объединяет маркетинговую деятельность следующих образований.

- 1. Политических партий, движений и блоков.
- 2. Профсоюзных организаций
- 3. Благотворительных и других фондов, некоммерческих ассоциаций.
- 4. Религиозных конфессий

Маркетинг физических лиц, занимающихся некоммерческой деятельностью, примерами которого могут послужить:

- - маркетинг независимых политиков (по привлечению сторонников, созданию имиджа, продвижению своих идей, предвыборной и других программ и т.д.);
- - маркетинг ученых, писателей, художников (по привлечению внимания целевых аудиторий, общественности, СМИ, и т.д.).











