

Функции маркетинга



Функции маркетинга - это совокупность видов деятельности, которая связана с изучением рынка, развитием предлагаемого ассортимента, формированием каналов сбыта, проведением рекламных компаний и стимулированием продаж, с управлением и контролем.



Развитие маркетинга связано с последовательностью его концепции.

Основными функциями маркетинга являются:

1. Аналитическая функция.
2. Производственная функция.
3. Сбытовая функция (функция продаж).
4. Функция управления, коммуникаций и контроля.



Аналитическая функция

Аналитические функции маркетинга включают в себя:

- ❖ Изучение рынка.
- ❖ Изучение потребителей.
- ❖ Изучение фирменной и товарной структуры рынка.
- ❖ Анализ внутренней среды организации.

Основная цель аналитических функций маркетинга – уменьшение неопределенности и риска деятельности компании. Полученные результаты используются в процессе принятия и реализации управленческих решений.

Производственная функция.

Производственные функции маркетинга включают в себя:

- ❖ Производство новых товаров; разработка новых технологий.
- ❖ Материально-техническое снабжение.
- ❖ Управление качеством готовой продукции и ее конкурентоспособностью.

Результатом реализации всех этих функций маркетинга должен стать выпуск конкурентоспособной продукции требуемого ассортимента.

Сбытовая функция

Сбытовые функции маркетинга включают в себя:

- ❖ Организацию системы товародвижения и сервиса.
- ❖ Организацию системы формирования спроса и системы стимулирования сбыта.
- ❖ Целенаправленная товарная политика.
- ❖ Целенаправленная ценовая политика.

Осуществление сбытовых функций маркетинга имеет огромное значение для любой фирмы, потому что товар производят для того, чтобы его продавать.

Управленческая функция

Управленческие функции маркетинга включают в себя:

- ❖ Организацию стратегического и оперативного планирования.
- ❖ Информационное обеспечение.
- ❖ Организацию контроля маркетинга (ситуационный анализ, обратные связи).

Осуществление управленческих функций маркетинга предполагает организацию планирования хозяйственной деятельности фирмы и управление производством. Здесь определяется общая стратегия фирмы, и формулируются оперативные задачи.



