

Тема урока:

ФУНКЦИИ МАРКЕТИНГА



ЗНАЧЕНИЕ МАРКЕТИНГА



Последствия маркетинговой близорукости



Маркетинговая близорукость приводит к уменьшению дохода и сокращению рыночной доли фирмы.

[ПОСМОТРЕТЬ ПРИМЕР](#)

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УРОКА

1. Изучить функции маркетинга и виды маркетинговой деятельности

1.1 Какие существуют главные функции маркетинга?

1.2 Какие виды маркетинговой деятельности являются основными для деятельности предприятия?

- 1.2.1 Какова схема маркетинговых исследований?
- 1.2.2 Что означает найти свою «нишу» на рынке?
- 1.2.3 Какую роль играет ценовая политика на прибыль предприятия?
- 1.2.4 Как влияет товарная политика на обычном рынке на судьбу хозяйственной политики предприятия?
- 1.2.5 Из каких основных средств воздействия состоит комплекс сбыта?
- 2. Применить полученные знания при решении ситуационных задач.

ГЛАВНЫЕ ФУНКЦИИ МАРКЕТИНГА



ВИДЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ



СХЕМА МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ



Выбор проблемы и формулировка целей исследования

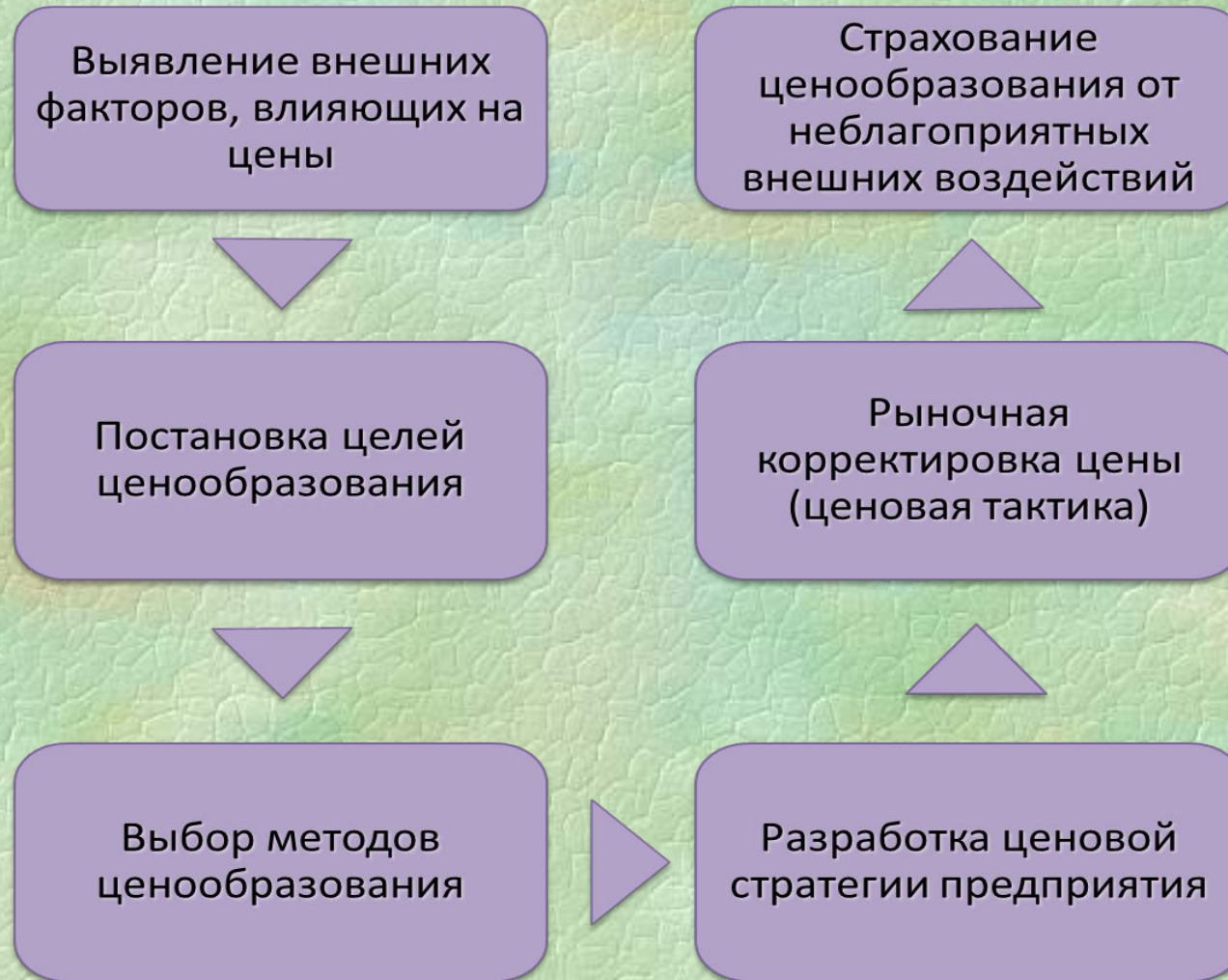
Отбор источников информации

Сбор информации

Анализ собранной информации



СХЕМА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ



ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА

Основная цель:
Предложение товаров, удовлетворяющих потребности потребителей



Задачи товарной политики

Управление конкурентоспособностью товара

Управление жизненным циклом товара

Управление товарным ассортиментом и номенклатурой

ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТА



СОЗДАНИЕ ВНЕШНИХ ПРЕИМУЩЕСТВ ТОВАРА

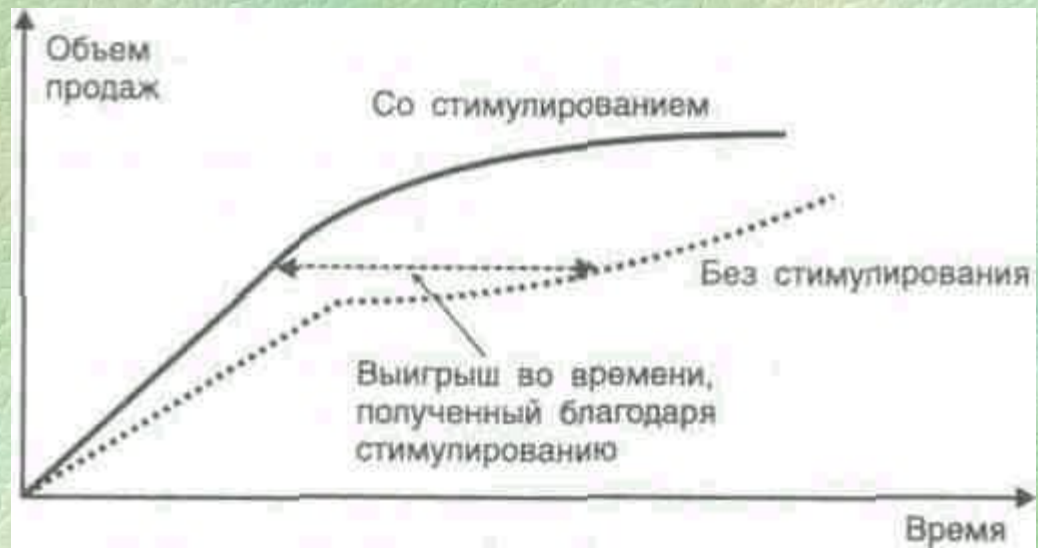
Марочная политика

Дизайн

Упаковка

Мероприятия по продвижению

Имидж
товара



СОЗДАНИЕ ВНЕШНИХ ПРЕИМУЩЕСТВ ТОВАРА

**ПОДКРЕПЛЕНИЕ
ТОВАРА**

Документация, обучение

Сопутствующие товары

Транспортировка

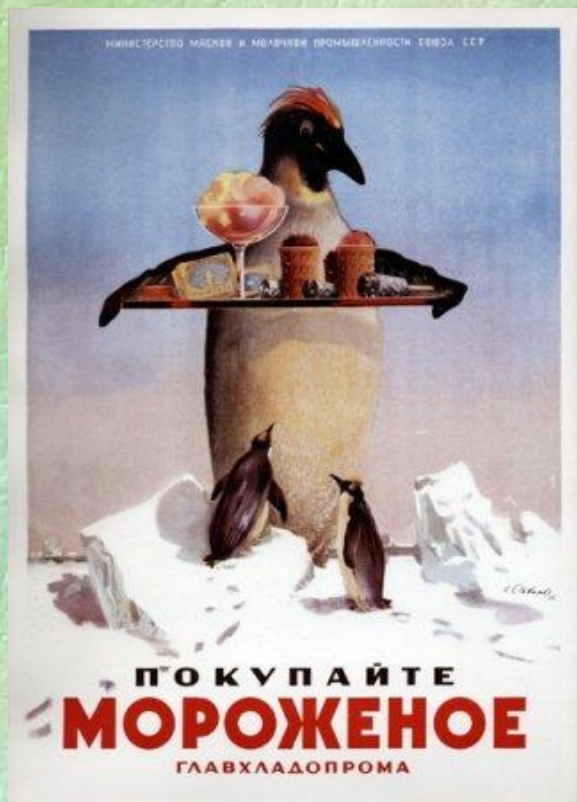
Гарантии

Сервисное обслуживание



ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДУКЦИИ

- Реклама - это комплекс мероприятий, направленных на информирование покупателей о потребительских свойствах товаров и различных видах услуг с целью создания спроса на них и их последующей реализации.



ПРОПАГАНДА

- Пропаганда является деятельностью по формированию определенного общественного мнения и связана с неоплачиваемым использованием средств массовой информации для популяризации товаров и услуг, а также их производителей.

ЛИЧНАЯ ПРОДАЖА

непосредственное общение торгового персонала осуществляется в целях поиска новых покупателей, распространения информации о товарах или услугах, продаже товаров, сбору информации о потребностях в тех или иных товарах, исследованию рынка



Электронные источники:

- http://aneigo.ucoz.ru/news/reshenie_kak_metod_dostizhenija_celej_predpriyatija/2012-08-17-1600
- <http://www.hse.spb.ru/departs/chairs-of-university/military/?page=3>
- <http://www.secmark.ru/info/analiz-informacii/>
- <http://emiz.org.ua/sotcialnaia-psikhologiiia/analiz-informacii>
- <http://www.horoshop.ru/index.php?q=node/20184>
- http://fireu.ucoz.ru/news/reklama_na_transporte/2012-08-19-3297