

Маркетинг

Выполнила: студентка

1 курса

Группа 26Э128

Резцова А.А.

Маркетинг

- (от англ. Marketing продажа, торговля на рынке)
- Деятельность, направленная на формирование и удовлетворение потребностей человека посредством обмена.



История эволюции маркетинга

- 1) К XIX в – 1920 годы: Развитие торговли. Становление рекламы. Эффективный сбыт.
- 2) Кризис 30-х годов (29-33 гг): Разработка и продвижение продукции к потребителям и создание благоприятных условий для приобретения товаров.
- 3) До 60-х годов: Новая система производственно-сбытовых процессов, которая обусловила увеличение производства товаров.
- 4) Современные концепции маркетинга.

Виды маркетинга

В зависимости от состояний
спроса:

- Конверсионный маркетинг
- Стимулирующий маркетинг
- Развивающий маркетинг
- Ремаркетинг
- Синхромаркетинг
- Поддерживающий маркетинг
- Противодействующий маркетинг
- Демаркетинг

В зависимости от охвата
рынка:

- Массовый маркетинг
- Концентрированный (целевой) маркетинг
- Дифференцированный маркетинг



Факторы маркетинга

Контролируемые:

- выбор целевых рынков;
- цели маркетинга ;
- организация маркетинга;
- структура маркетинга ;
- выполнение и эффективность маркетинговых планов ;

Неконтролируемые:

- потребители;
- независимые средства маркетинговой информации ;
- технология ;
- конкуренция ;
- экономическая обстановка;
- законодательство;
- политическая обстановка ;

Основные функции маркетинга

- Планово-исследовательская, организационная, контрольная: Сбор и анализ информации, прогнозирование рынка, разработка стратегий, составление плана и бюджета маркетинга, контролинг.
- Формирование рынка и ценообразование: Поиск и разделение рынка, сбыта, сегментация рынка, разработка нового товара и модернизация старых, разработка жизненного цикла товара (ЖЦТ), разработка и осуществление ценовой стратегии.
- Товародвижение и дистрибьюция: Выбор торговых посредников, формирование и эксплуатация каналов товародвижения, организация сбыта, логистика.
- Управление продвижением товаров: Реклама, сервис, коммуникации

Основные принципы маркетинга

- 1) Ориентация на перспективу и прогноз
- 2) Комплексность
- 3) Научность
- 4) Мобильность и гибкость
- 5) Демократичность
- 6) Децентрализация решений и ситуационное управление
- 7) Исполнительская дисциплина



Концепция маркетинга

- 1) Концепция совершенствования производства (новое оборудование и др.)
- 2) Концепция совершенствования товара (качество, упаковка и др.)
- 3) Концепция интенсификации коммерческих усилий. Сбыт и стимулирование продаж (реклама, скидки, лотереи)
- 4) Определение нужд и потребностей целевых рынков.
- 5) Концепция социальноэтичного маркетинга