



Маркетинг

"Я слышу и забываю. Я вижу и помню. Я испытываю и понимаю

«

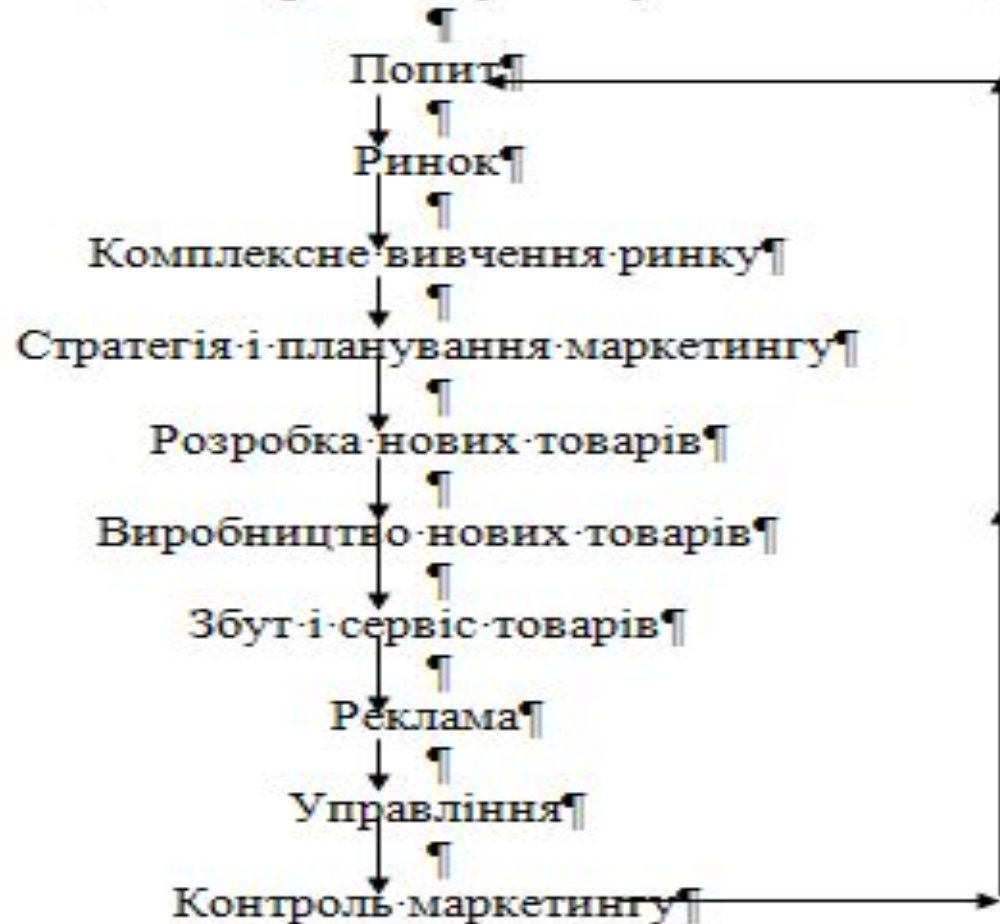
Конфуций

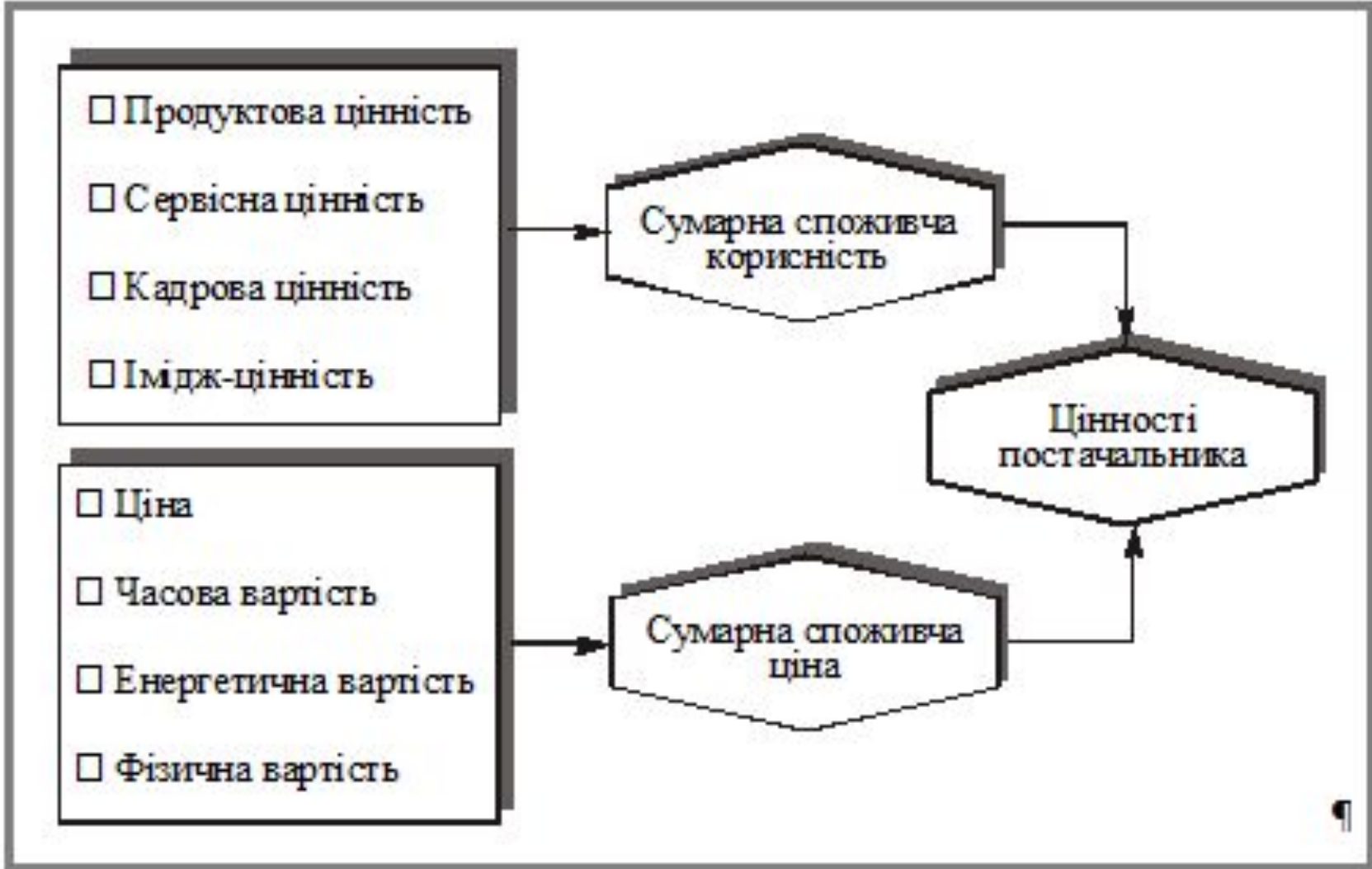
- процес, «основне завдання якого
- управління вибором»
- Вміння зробити пропозицію там і тоді, коли є високий ступінь ймовірності його прийняття.
- це «соціальний та управлінський процес, спрямований на задоволення потреб і потреб індивідуумів і груп за допомогою пропозиції і обміну товарами». Ключові поняття даного визначення - потреби, потреби і попит; продукт; витрати і задоволення; обмін, трансакції і взаємини.
- процес управління, направлений на визначення, передбачення і задоволення вимог споживача і одержання прибутку

- “Маркетинг” (з англ.) означає комерційну або іншу діяльність в умовах ринку.
- *Маркетинг* — це система взаємозв’язаних дій щодо планування та втілення в життя задуму, ціноутворення, просування та розподілу ідей, товарів, послуг завдяки обміну, котрий задовольняє потреби (Американська маркетингова асоціація, 1985 р.).
- *Маркетинг* — це процес вивчення і формування споживчих запитів та переваг, а також використання всіх ресурсів і засобів фірми для їх задоволення з метою отримання прибутку та для особливої користі споживачів (Ф. Котлер, 1990 р.).

«Быть у всех на устах»

Повний цикл маркетингу описується схемою





Цінності постачальника

Вікова характеристика споживачів

Період	Вік	Характер споживачів	Основні потреби
Раннє дитинство	0-5	Егоцентризм, залежність від батьків	Харчування, одяг, іграшки
Пізнє дитинство	6-12	Роздуми, схильність до суперництва, вплив школи	Харчування, одяг, розваги, книги
Ранній підлітковий вік	13-15	Початок статевої зрілості, увага до зовнішнього вигляду, бажання незалежності	Розваги, музика, специфічний одяг, тусовки, хобі
Пізній підлітковий	16-17	Частина підлітків працює	Розваги, спорт, зменшення читання
Рано продуктивний	18-19	Навчання у ВУЗі, алкоголь, паління, інтерес до своєї особи	Одяг, розваги, кафе, ресторани, автомобілі
Ранній подружній	20-24	Молода сім'я, фінансовий оптимізм, цікавість до своєї особи	Квартира, меблі, автомобілі, харчування
Подружній	25-34	Сімейна активність, діти	Благоустрій, харчування, одяг, медицина, авто, відпочинок
Середній подружній	35-44	Діти школярі, кар'єра	Дім, дача, автомобіль, відпочинок, подарунки, допомога дітям
Пізній подружній	45-54	Діти віддаляються, зростає цікавість до здоров'я, зменшується цікавість до роботи	Відпочинок, дача, ліки, допомога дітям
Ранньопенсійний	55-64	Здоров'я, активний відпочинок	Ліки, товари невисокої якості, подарунки
Повний пенсійний	3-65	Пенсія, погіршення здоров'я, погіршення розумової діяльності	Лік, дієта, відпочинок

Терміни

- **Сегмент** – умовний поділ ринку на частини за певними ознаками (демографічними, географічними, психографічними та поведінка споживача).
- **Вікно** – сегмент ринку яким не скористався конкурент.
- **Ніша** – сегмент для якого оптимальним є товар нашої марки.
- **Ємність ринку** - обсяг товару, що реалізується протягом певного часу (рік, півріччя, квартал, місяць, тиждень).



Система маркетингу

Домашнє завдання

- Концепція маркетинга пройшла довгу еволюцію. Лише в началі ХХ в. вона сформувалась як особий підхід к управленню виробництвом і реалізацією продукції. Однак історія людства знає багато прикладів грамотного поведіння продавця на ринку. В трактаті італійця Франческо Пеголотти (середина ХІV в.) «Книга о різних країнах, і о мірах товарів, і о інших речах...», є такі слова:
- «Що повинен мати в собі істинний і чесний купець? Бути чесним і вести себе поступово. Передбачити все він повинен неминуче. Все виконувати, що обіцяв, навіть тиситься. Ізящним і красивим бути прагнути. Як вимагає торгівля світова. Дешевше купувати, дорожче продавати. Любезним бути, не гніватися даремно. Ходити до храму, на бідних не скупитися. Що дорожче, продавати негайно. Ігри і росту всюди сторонитися. Совсім не уникаючи, стільки можна. Рахунки писати так, щоб не помилитися. Амінь».
- Відповідь на питання:
- Чи вважаєте ви, що ці слова, що ввійшли в історію, звучать достатньо сучасно?
- Що ви знаходите загального в них з маркетинговим мисленням в сучасній трактовці?

- Майкл Микалко. *Энциклопедия бизнес-идей. Тренинг креативности*
- Отто Креггер, Дженет Тьюсон. *Типы людей и бизнес. Как 16 типов личности определяют ваши успехи в работе*
- **Онлайновые источники**
- www.emarketer.com
- www.marketingsherpa.com
- www.adverblog.com
- www.coloribus.com
- www.clickz.net
- www.sostav.ru
- www.adme.ru
- www.e-executive.ru
- www.entermedia.ru
- www.estidea.ru