Довірак Лариса Дмитрівна

Тонкий зошит 12 ст.

Маркетинг, його роль в ринковій економіці.

1. Сутність та значність. Комплекс елементів.
2. Види маркетингу.
3. Суб’єкти маркетингу підприємства.

Маркетинг – будь-яка діяльність в сфері ринку, спрямована на просування товару від того хто виготовляє до тих хто потребує.

Визначення маркетингу:

* Маркетинг – війна, де конкурент є ворог, а споживач є територією для захоплення.
* Маркетинг -підприємницька діяльність яка перетворює потреби покупців на доходи.
* Маркетинг – активна підприємницька діяльність орієнтована на
* Маркетинг– ринкова концепція управління виробництва та реалізації поварів орієнтована

Функції маркетингу

1. вивчення зовнішнього середовища з метою виявлення попиту на товар
2. вивчення споживача як головної дієвої особи для виробника
3. розробка маркетингового-товарної політики
4. розробки цінової політики
5. розробка політики розподілу
6. розробка політики комунікації

Найважливішими елементами маркетингу є 4п, а саме:

* просування
* ціна
* місце
* продукт

Товар характеризується такими елементами:

* якість
* дизайн
* асортимент
* властивості
* упаковка
* марка
* гарантія
* сервісне обслуговування
* ціна – щоб міг купити покупець і щоб був мах прибуток

Основні чинники ціни:

* собівартість
* виняткові якості
* відмінні особливості
* унікальність товари
* ситуація на ринку, де є аналогічний товар
* ціна включає знижки, націнки, строки платежів

Місце – головним завданням елементу є схема доставки товару, вибір посередників, транспортування, матеріальні запаси, зберігання.

Просування товару – передбачає ефективні контакти виробника із споживачем. Це будь яка форма повідомлення використовування виробником для інформації, переконування, чи нагадування споживачам про свої товари, послуги, громадську діяльність.