КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Кафедра інтелектуальних та інформаційних систем

Доповідь № 6

з дисципліни

“Менеджмент та маркетинг”

Виконав студент

групи КН- 22

Пашковський Павло Володимирович

Київ-2020

ІІІ. Опрацювати наукову статтю та відповісти на питання (4 бали):

Олефіренко О.М. Еволюція концепцій маркетингу та перспективи їх подальшого

розвитку в умовах економіки сталого соціо-еколого-економічного зростання [Текст]/О.М.

Олефіренко, Ю.О. Олефіренко //Вісник Запорізького національного університету: Збірник

наукових праць. Економічні науки. Запоріжжя: ЗНУ, 2010. №3(7). С. 200-207.

1) У чому полягає завдання маркетингу?

Аналіз потреб і запитів споживачів та задоволення їх кращим, ніж

конкуренти, способом при одночасному зростанні добробуту всього

суспільства.

2) Які внески у розвиток концепції маркетингу були зроблені

науковцями Т. Левіттом, Р. Кейтом, П. Друкером, Мак-Карті та Ф.

Котлером?

Левітт у своїх пряцях доводив первинність потреб споживача, а не

виробництво чи продукт;

Кейт, довів актуальність маркетингового підходу до ведення бізнесу;

Дж. Дін та П. Друкер – у 50-і роки ХХ ст. започаткували наукову школу

маркетинг-менеджменту у США;

Мак-Карті розробив підходи до вирішення задач маркетингу через

управління його чотирма елементами: продукт, ціна, збут та просування;

Ф. Котлер зробив значний внесок у розвиток маркетинг-менеджменту та

запропонував розглядати маркетинг за етапапи його розвитку.

3) Які елементи холістичного маркетингу представив Ф. Котлер?

Внутрішній маркетинг, інтегрований маркетинг, соціально відповідальний

маркетинг, маркетинг відносин.