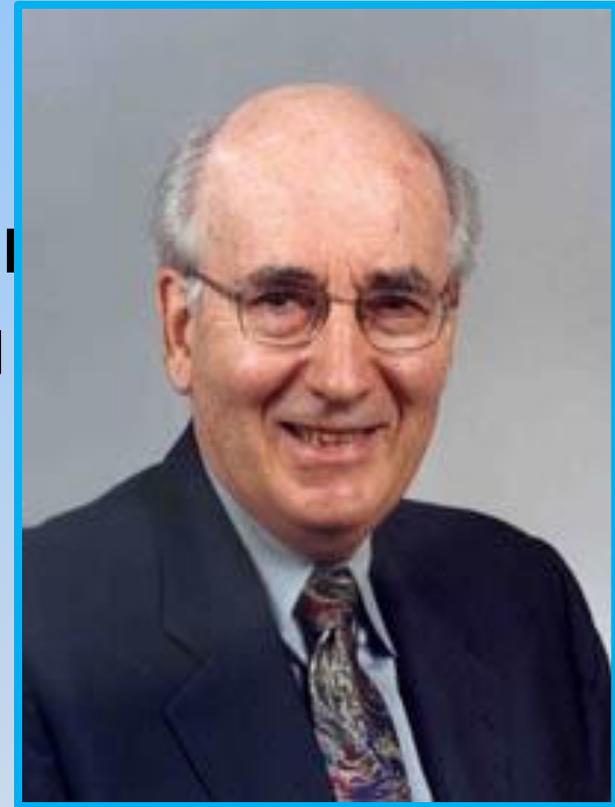


# Маркетинг, его основы и концепции

# По определению основоположника теории маркетинга американского ученого Филиппа Котлера

маркетинг - вид человеческой  
деятельности, направленный  
на удовлетворение нужд и  
потребностей посредством  
обмена.



# Основные понятия маркетинга

нужда

потребность

спрос

покупка

потребление



## ***Цели маркетинга:***

**максимально высокое потребление,  
достижение максимальной  
потребительской удовлетворенности,  
предоставление максимально широкого  
выбора, максимальное повышение  
качества жизни.**



*Эти цели решает маркетинговый цикл, который включает: маркетинговые исследования, маркетинговый синтез, стратегическое планирование, оперативное планирование и реализацию планов, контроль и информационное обеспечение.*

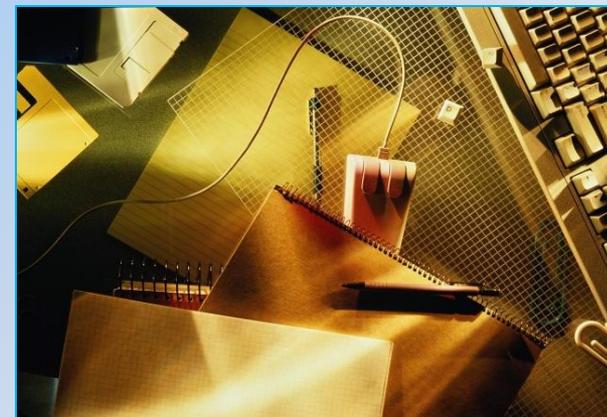
# Задачи маркетинга



1. Исследование, анализ и оценка нужд реальных и потенциальных потребителей продукции фирмы в областях, интересующих фирму.
2. Маркетинговое обеспечение разработки новых товаров и услуг фирмы.
3. Анализ, оценка и прогнозирование состояния и развития рынков, на которых оперирует или будет оперировать фирма, включая исследование деятельности конкурентов.
4. Формирование ассортиментной политики фирмы.
5. Разработка ценовой политики фирмы.
6. Участие в формировании стратегии и тактики рыночного поведения фирмы, включая разработку ценовой политики.
7. Сбыт продукции и услуг фирмы.
8. Коммуникации маркетинга.



**Процесс маркетинга — это упорядоченная совокупность стадий (фаз) и действий по выявлению спроса, разработке, изготовлению, распределению и сбыту продукции, соответствующей требованиям покупателей и возможностям рынка.**



**изучение, распознавание  
проблемы**



**поиск информации**



**анализ полученных  
данных**



**разработка концепции  
маркетинга**



**принятие решения**



**реализация  
маркетинговой  
концепции**



**контроллинг  
маркетинговых  
мероприятий**





***Принципы маркетинга*** — это основополагающие положения, обстоятельства, требования, которые лежат в основе маркетинга и раскрывают его сущность и назначение.

Сущность маркетинга состоит в том, чтобы производство товаров и оказание услуг обязательно ориентировались на потребителя, на спрос, на постоянное согласование возможностей производства с требованиями рынка.

В соответствии с сущностью маркетинга выделяют следующие его основные принципы:

СИСТЕМНОСТЬ

регулярность

КОМПЛЕКСНОСТЬ

объективность

ПРИНЦИПЫ

ЭКОНОМИЧНОСТЬ

ТОЧНОСТЬ

ОПЕРАТИВНОСТЬ

ТЩАТЕЛЬНОСТЬ

Концепция маркетинга представляет собой научно обоснованный замысел (проект) организации деятельности вообще и/или маркетинговой деятельности в частности, который основывается на конкретной руководящей идее, эффективной стратегии, необходимом оперативном инструментарии осуществления предпринимательства в целях достижения результатов, определяемых стратегическим планом предприятия.

Концепция маркетинга должна разрабатываться на



нали  
ност



**выбор инструментария  
маркетинговой деятельности  
в целях достижения  
запланированных  
результатов**

**обоснование  
маркетинговой стратегии**

**определение целей  
предприятия и целей  
маркетинговой деятельности**

**осуществление  
стратегического анализа  
внутренней и внешней среды**

1. Концепция совершенствования производства, которая утверждает, что потребители предпочитают товары с низкими ценами, следовательно, надо снижать затраты в производстве.
2. Концепция совершенствования товара исходит из того, что потребители предпочитают качественные товары и в этом случае стимулирование сбыта не требуется.
3. Концепция интенсификации коммерческих усилий базируется на том, что товары не будут покупать без значительных усилий в сфере сбыта и стимулирования.
4. Концепция маркетинга строится на утверждении, что фирма должна выявить с помощью исследований запросы и нужды точно очерченного рынка и обеспечить их желаемое удовлетворение.
5. Концепция социально-этического маркетинга провозглашает своим принципом достижение целей организации и ее способность обеспечить потребительскую удовлетворенность и долговременное благополучие и потребителя и общества в целом.

**Спасибо за внимание**