

A decorative border of vibrant green leaves frames the central text. The leaves are arranged in a roughly rectangular shape, with some branches extending slightly beyond the corners. The background is a clean, bright white.

# **ВВЕДЕНИЕ**

**Тема 1. Маркетинг и основные его  
концепции**

# Вопросы для изучения:

1. Маркетинг как философия бизнеса
2. Основные определения маркетинга, задачи, субъекты и объекты
3. Исторические этапы формирования маркетинговой деятельности
4. Основные концепции маркетинга
5. Состояние и развитие маркетинга в Республике Беларусь

# 1. Маркетинг как философия бизнеса

«Маркетинг» от англ. «market» - рынок

- деятельность на рынке
- система знаний о рынке



Главное в маркетинге –  
ориентация  
на нужды и запросы  
потребителя



# Сущность маркетинга

```
graph TD; A[Сущность маркетинга] --> B[Социальная]; A --> C[Экономическая]; B --> D[удовлетворение потребностей и желаний]; C --> E[получение прибыли];
```

Социальная

удовлетворение  
потребностей и  
желаний

Экономическая

получение  
прибыли



**Товар**

**Методы  
стимулирования**

**Комплекс  
маркетинга**

**Цена**

**Методы  
распространения**

## 2. Основные определения маркетинга, задачи, субъекты и объекты

### Маркетинг

— одна из систем управления и организации деятельности по разработке новой продукции, производству и сбыту товаров или предоставлению услуг в целях получения прибыли через удовлетворение потребителя на основе учета комплексных процессов, происходящих на рынке.

# Маркетинг

рассматривают как:

- ✓ составную часть общей системы управления организацией, призванную направлять всю ее деятельность на удовлетворении нужд и потребностей покупателей и потребителей;
- ✓ средство обеспечения преимуществ в удовлетворении конкретных запросов покупателей и потребителей по сравнению с конкурентами;
- ✓ метод принятия наилучших управленческих решений в процессе осуществления предпринимательской деятельности.

# Основная цель маркетинга —

- получение организацией максимальной прибыли в течение длительного периода через максимальное удовлетворение потребностей покупателей.



# Другие цели маркетинга:

- обеспечение максимально высокого уровня жизни;
- достижение максимально широкого выбора товаров;
- обеспечение максимальной потребительской удовлетворенности;
- достижение максимальной потребительской удовлетворенности.

# Задачи маркетинга:

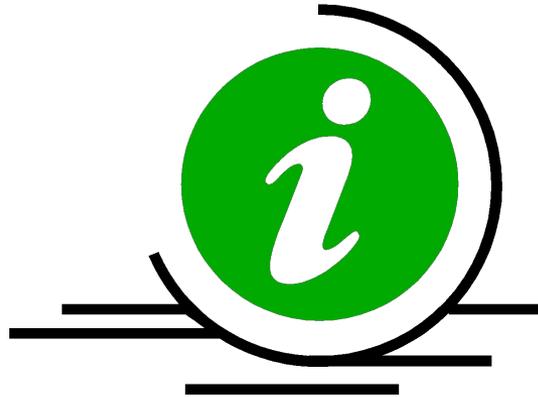
- ✓ комплексное изучение рынка, выявление потенциального спроса и неудовлетворенных потребностей;
- ✓ планирование товарного ассортимента и цен;
- ✓ разработка мер для наиболее полного удовлетворения существующего спроса;
- ✓ осуществление эффективного сбыта;
- ✓ планирование деятельности организации;
- ✓ реализация товарной, ценовой, коммуникационной политики и политики распределения организации (комплекса маркетинга) и др.

# Субъекты маркетинга:

- ☺ промышленные предприятия;
- ☺ торговые организации любой формы собственности;
- ☺ организации сферы услуг;
- ☺ рекламные агентства;
- ☺ специалисты по маркетингу и др.

# Объекты маркетинга:

- ★ товары;
- ★ услуги;
- ★ места отдыха;
- ★ информация и др.



# 3. Исторические этапы формирования маркетинговой деятельности

- Начало XX века.
- 1930-е годы.
- 1945-1950-е годы.
- 1960-е годы – конец XX века.
- XXI век

## 4. Основные концепции маркетинга

- 1. Концепция совершенствования производства
- 2. Концепция совершенствования товара (товарная стратегия)
- 3. Концепция интенсификации коммерческих усилий
- 4. Концепция маркетинга.
- 5. Концепция социально-этичного маркетинга

# 5. Состояние и развитие маркетинга в Республике Беларусь



Подготовить сообщение