

ИНФОРМАЦИИ О ДОКУМЕНТЕ

Маркетинг

Коллекция: Навчальні посібники » Дистанційні курси

Авторы: Борзенко В.І.

Ключевые слова: економіка; маркетинг

Издатель: НТУ "ХПІ"

Год публикации: 2012

Язык документа: українська

Вид документа: навчальний посібник

ISBN/ISSN:

Аннотация (Українська): Курс дисципліни "Маркетинг" вивчає маркетинг як соціальний й управлінський процес, за допомогою якого окремі групи людей задовольняють свої потреби і потреби завдяки створенню товарів і споживчих цінностей і обміну ними. Метою сучасного маркетингу є задоволення потреб покупця. Продавати можна лише те, що вже вироблене. А маркетинг починається, задовго до того, як в компанії з'являється готовий продукт. Маркетинг — це своєрідна домашня робота менеджерів, яку вони проробляють для того, щоб досягнути потреби людей, оцінити міру їх інтенсивності і об'єм, і визначити можливості компанії по їх задоволенню, з врахуванням її інтересів. Маркетологи продовжують працювати зі своїм товаром впродовж всього його життєвого циклу. Вони намагаються знайти нових споживачів і утримати те, що вже існує, покращуючи його споживчі властивості, використовуючи для цієї мети звіти про продажі і зворотний зв'язок із споживачами. Якщо фахівець з маркетингу немало попрацював над тим, аби зрозуміти потреби клієнта, створив товар, який є вищою, споживчою цінністю, призначив розумну ціну, правильно поширював товар і ефективно його рекламував, то продати такий товар буде дуже легко. Продаж і реклама вважаються лише частиною досить складного "маркетингового комплексу" — набір засобів маркетингу, що впливають на ринок.

Аннотация (Русский): отсутствует

Аннотация (English): absent

Ссылка на файл: <http://cde.kpi.kharkov.ua/resurs/uan39.htm>