klasa I TA / Działalność gospodarcza w agrobiznesie / 30.03.2020r.(poniedziałek)

Drogi Uczniu posługując się podręcznikiem zapoznaj się z następującym tematem. Dodatkowo poniżej przygotowałam krótkie omówienie tematu .

Temat: Pojęcie i zadania marketingu.

Cele dla ucznia:

– znam pojęcie marketingu ,

– potrafię wymienić funkcje współczesnego marketingu,

– umiem wymienić elementy marketingu mix (formuła 4Pi 5P).

W zeszycie przedmiotowym odpowiedz na pytania.

1. Wyjaśnij pojęcie marketingu.

2.Wymień zadania marketingu?

3. Co to jest marketing 4P ?

Jeśli ktoś z Was ma pytania służę pomocą i proszę o kontakt pod adresem mailowym: d\_tyborowska@wp.pl

Życzę powodzenia i cierpliwej nauki. I tak nie wychodzimy z domu!

Dorota Tyborowska

Marketing jest współczesną koncepcją zarządzania instytucją, organizacją i przedsiębiorstwem, zakładającą dostosowanie ich działalności do potrzeb rynku i konsumenta w celu realizacji przyjętych celów ekonomicznych oraz społecznych.

Funkcje i elementy działań współczesnego marketingu.

Marketing jest koncepcją zorientowaną na realizację celów określonych organizacji (przedsiębiorstw, instytucji niekomercyjnych).

Działania marketingowe obejmują koordynację i współpracę wielu podmiotów rynku (dostawców, producentów, dystrybutorów i finalnych użytkowników wyrobu). W skutecznym funkcjonowaniu tego układu marketing spełnia wiele istotnych funkcji, do których można m. in. zaliczyć:

– gromadzenie i przekazywanie informacji rynkowej,

– realizację procesów fizycznych związanych z wytwarzaniem produktów i ich sprzedażą na rynku (projekt produktu, transport, magazynowanie, zakup),

– finansowanie i ponoszenie ryzyka,

– funkcję edukacyjną i społeczną (informacja o nowościach, kreowanie stylu życia, działania proekologiczne itp.).

Marketing jako koncepcja działania zorientowana na nabywcę, przynosi mu istotne korzyści, np.: bogatą ofertę asortymentową, konkurowanie ceną i jakością o klienta, korzyści z promocji sprzedaży

(np. gratisy, degustacje, niższe ceny), wzrost standardu obsługi klienta, różnorodne źródła informacji o ofercie. Zauważyć można także negatywne dla konsumentów przejawy stosowania marketingu. Są to takie zjawiska, jak: przyspieszanie zużycia ekonomicznego wyrobów trwałego użytku oraz tworzenie nowości pozornych, nadmierne różnicowanie produktów, zbyt intensywna reklama, bogactwo i nad funkcyjność opakowań.

Marketing-mix (4P) posługuje się w wyjściowej formule czterema elementami oddziaływania na rynek docelowy (wprowadził je do teorii marketingu ok. 1960 r. Jerry Mc Carthy).

1.Produkt (product)

2.Cena (price)

3.Dystrybucja (place)

4.Promocja (promotion)

W działalności przedsiębiorstwa usługowego do składowych elementów marketingu-mix (5P) dodaje się obowiązkowo piąte „P”, którym jest personel, spełniający pierwszoplanową rolę w świadczeniu usług.