klasa I TA / Działalność gospodarcza w agrobiznesie / 6.04.2020r.(poniedziałek)

Drogi Uczniu posługując się podręcznikiem str.140 zapoznaj się z następującym tematem. Osoby które nie posiadają podręcznika lub zostawiły w szkole podaje poniżej omówienie tematu .

Temat: Produkt jako narzędzie marketingu.

Cele dla ucznia:

-zna pojęcie produktu;

-wymienia cechy produktu ;

-wymienia funkcje produktu ;

- klasyfikuje produkty konsumpcyjne;

-wymienia elementy produktu ;

-wymienia funkcje opakowania produktu .

Drogi Uczniu napisz w zeszycie odpowiedzi na pytania :

1.Wyjaśnij pojęcie produktu .

2.Jaką funkcje pełni opakowanie dla produktu .

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

PRODUKT -Towar, usługa lub pomysł zawierający określony zestaw materialnych i niematerialnych cech, które zaspakajają potrzeby klientów, otrzymywany w zamian za pieniądze lub inną jednostkę wartości. Produkt to zbiór korzyści dla nabywcy, postrzegany przez niego jako oferta koszyka korzyści.

CECHY PRODUKTU

 1. cechy fizyczne (gabaryty, ciężar, świeżość smak itp)

2. cechy techniczne i technologiczne (trwały, niezawodny, skuteczny)

3. cechy chemiczne (skład surowców, materiałów i ich właściwości)

4. cechy organoleptyczne ( smak, zapach)

5. cechy funkcjonalne ( zastosowanie łatwość obsługi serwis uniwersalność)

6. cechy ekonomiczne ( cena, koszt eksploatacji, wydajność )

7. cechy estetyczne (kształt, kolor, styl )

 8. cechy bezpieczeństwa ( zdrowotność, urazowość, szkodliwość)

FUNKCJE PRODUKTU:

-Zaspokojenie potrzeby nabywcy - czyli użyteczność produktu (podstawowa funkcja)

 -Łatwość użytkowania produktu - szczególnie widoczna w wypadku nowoczesnych produktów przemysłu elektronicznego (np. nowoczesne telewizory, aparaty fotograficzne, komputery).

-Kształt i kolorystyka produktów, a także opakowanie - przez to, że na rynku istnieje wiele różnych produktów zaspokajających tę samą potrzebę (np. samochody, odzież), na wybór wpływać może kształt, kolor i inne elementy kształtujące pierwsze wrażenie.

 RODZAJE PRODUKTÓW:

ze względu na przeznaczenie: produkty konsumpcyjne zaspokajają potrzeby jednostek i grup nabywców lub gospodarstw domowych produkty zaopatrzeniowe nabywane przez przedsiębiorstwa w celu wytwarzania innych dóbr i usług

 KLASYFIKACJA PRODUKTÓW KONSUMPCYJNYCH: ze względu na materialność i sposób konsumpcji: dobra nietrwałe to artykuły żywnościowe i nieżywnościowe zużywane w jednym lub kilkunastu aktach konsumpcji dobra trwałe zużywają się stopniowo, odznaczają się wysoka ceną [np. telewizor, lodówka, samochód] usługi to działalność nie mająca charakteru materialnego. Usług nie można kupować na własność.

 ELEMENTY PRODUKTU: Jakość, marka towaru, znak firmowy, logo ,opakowanie, gwarancja usługa posprzedażowa.

Marka, znak firmowy, znak określający producenta, nazwa lub symbol graficzny umieszczany na wyrobach w celu ochrony przed naśladownictwem lub podrabianiem. Traktowana jest jak rodzaj świadectwa, producent nie wstydzi się swojego wyrobu, podpisując go, gwarantuje jego jakość. Stąd marka jest synonimem opinii. W gospodarce rynkowej marka ma swoją cenę.

Opakowanie to zewnętrzna część produktu, dowolnej postaci pojemnik, w którym sprzedawany jest produkt. Pierwszy kontakt klienta z produktem poprzez opakowanie. Istotny i kosztowny element strategii marketingowej.

Opakowanie pełni następujące funkcje: ochronna, informacyjna ,promocyjno-reklamowa, ekologiczna.