

Lekcja

Temat: Marketing

1. Marketing – zespół działań mających na celu kształtowanie produkcji i zwiększenie sprzedaży oferowanych towarów lub usług.
2. Głównymi celami marketingu są:
 - kształtowanie produkcji i polityki cen dzięki analizie rynkowych zachowań klientów przeprowadzonej na podstawie badań marketingowych
 - poprawa jakości produktów i usług
 - dopasowanie kanałów dystrybucji towarów i usług do preferencji klientów
 - zwiększenie sprzedaży towarów i usług
 - kreowanie i pobudzanie nowych potrzeb klientów oraz zaspokajanie już istniejących potrzeb.
3. Marketing mix – zbiór narzędzi marketingu składający się z 4P. Jego celem jest osiągnięcie maksymalnych efektów przy minimalnych nakładach.
W skład 4 P wchodzi:
 - a) PROMOCJA – obejmuje wszelkie działania którym celem jest zainteresowanie potencjalnych klientów produktem, a następnie skłonienie ich do jego zakupu
 - b) DYSTRYBUCJA – obejmuje planowanie, organizowanie i kontrolę dostarczania produktów na rynek, tak aby odpowiadało to konsumentom , a producentom zapewniało najwyższy zysk
 - c) PRODUKT – najważniejszy przedmiot działań marketingu. Jego brak sprawia , że podejmowanie jakichkolwiek działań marketingowych jest pozbawione sensu. Produkt określany jest m.in. przez swoją jakość, wygląd i markę.
 - d) CENA – odgrywa decydującą rolę przy podejmowaniu decyzji o zakupie danego produktu. Musi być ona adekwatna do jego jakości, a zarazem pokrywać koszty produkcji. Cena musi być również konkurencyjna w stosunku do cen podobnych produktów na rynku.
4. Merchandising – zespół działań promocyjnych obejmujących m.in. wygląd i sposób prezentacji towarów, ich rozmieszczanie w punkcie sprzedaży czy też rozdawanie materiałów reklamowych w celu przyciągnięcia konsumentów i przekształcenia ich w nabywców.
5. Reklama jest głównym elementem promocji i tym samym ważną częścią marketingu. W zależności od szczegółowych celów wyróżnia się reklamę
 - wprowadzającą (nowy produkt na rynek)
 - informacyjną (zwracająca uwagę na korzyści, jakie z zakupu odniesie klient)
 - utrwalającą (przypominająca o produkcie)
 - konkurencyjną (przekonującą do zakupu produktu danej firmy zamiast produktu konkurencji)
 - prestiżową (służącą do podkreślenia szczegółowego znaczenia produktu bądź całej firmy na rynku)

Zadanie do wykonania



1. Co widzisz na rysunku? Opisz, jakie widzisz obiekty, przedmioty, osoby, zwierzęta, miejsce. Co dzieje się na tym rysunku?
2. Jak możesz zinterpretować sytuację przedstawioną na rysunku? Czy ta sytuacja jest realistyczna, czy należy ją odczytać symbolicznie?
3. Z jakim zagadnieniem gospodarczym związana jest, twoim zdaniem, treść tego rysunku?
4. Kogo mogą symbolizować postaci przedstawione na rysunku?
5. Co wiesz na temat tego zagadnienia?
6. Co ty sądzisz o tym zagadnieniu?