

МАРКЕТИНГ: ОСНОВНЫЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ И ПОНЯТИЯ

Студент гр. 109031-18 Шарапов Н.Н.

Научный руководитель – канд. техн. наук, доц. Зеленый П.В.

Marketing – это производная форма от английского слова «market» (рынок). В буквальном смысле «маркетинг» означает рыночную деятельность, работу с рынком. С момента возникновения и до наших дней содержание этого понятия менялось, так как менялись условия производства и реализации товаров [1]. Другими словами – это социальный и управленческий процесс, с помощью которого отдельные лица и группы лиц удовлетворяют свои нужды и потребности посредством создания товаров, потребительских ценностей и взаимобмена ими [2]. Или – это наука о процессах, происходящих на рынке, о факторах, которые влияют на рыночные процессы. Это система управления предприятием, для которой в основе принятия решения лежит информация о рынке, а правильность этих решений проявляется в результатах реализации продукции [2]. Маркетинг – это система планирования ассортимента и объема выпускаемых изделий, определение цен, распределение продуктов между выбранными рынками и стимулирование их сбыта с целью удовлетворения потребностей [2]. Маркетинг – это система организации и управления производственной и сбытовой деятельностью предприятий, изучение рынка с целью формирования и удовлетворения спроса на продукцию и услуги и получение прибыли. Маркетинг можно определить, как социальный и управленческий процесс, с помощью которого отдельные лица и группы лиц удовлетворяют свои нужды и потребности посредством создания товаров и потребительских ценностей и обмена им друг с другом [3]. К основным понятиям маркетинга относятся: нужды, потребности и запросы; товар и услуга; ценность, удовлетворение и качество; обмен, сделка и взаимоотношения; понятие рынка.

Литература

1. <https://studfiles.net/preview/5368983/>
2. <https://studopedia.org/8-126148.html>
3. <http://managment-study.ru/opredelenie-i-ponyatie-marketinga.html>