

# Открытый урок по Основы предпринимательской деятельности "Маркетинг и его основные элементы". 17.5 ПКД

Преподаватель: Симонова Ольга Юрьевна.

Цель:

- подробное изучение маркетинга и его основных элементов;
- понимание сути маркетинговых исследований.

ЗУН:

- знают, что такое маркетинг и маркетинговые исследования;
- умеют различать различные сегменты рынка;
- умеют определять маркетинговую стратегию рыночной позицией товара;
- понимают огромное практическое применение маркетинговых исследований для успешного осуществления бизнеса.

Приложение

**Ход урока**

## 1. Организационный момент. – (2 мин.)

(настройка аппаратуры студентов, проверка присутствующих).

## 2. Постановка цели урока. – (3 мин.)

- Сегодня на уроке мы с вами рассмотрим маркетинг и его основные критерии. Тема «Маркетинг» включена в большой раздел под названием «Предпринимательство».

- Мы рассмотрим важные понятия

- «предпринимательство»,
- «маркетинг»,
- «сегмент рынка»,
- «сегментация рынка»,
- «торговая марка»,
- «логотип»,
- «реклама».

- *Что такое предпринимательство? Кто такой предприниматель?*

- *Назовите фамилии известных предпринимателей России 21 века.*

## 3. Вступление. –(5 минуты)

*(Презентация с первыми предпринимателями России.)*

- Эти бизнесмены знают, что такое маркетинг и успешно использовали в своей работе маркетинговые исследования.

- Сегодня на уроке мы постараемся определить какое практическое значение для фирмы имеет маркетинг и маркетинговые исследования.

## 4. Основная часть ( 10 мин.)

### 1) Маркетинг (вводная часть).

- Многие думают, что могут заниматься маркетингом, но только некоторые занимаются маркетингом успешно. Маркетинг – это основа успеха любой бизнес организации. Вы можете продавать лучший продукт, или предлагать лучшие услуги, но если никто не знает об этом, то ваша мечта не будет осуществима. Причина провала маркетинговых действий в том, что многие путают маркетинг с рекламой. Реклама – это только часть маркетинга. **Важнейший компонент успешного маркетинга – исследование рынка.** Он позволяет узнать, кто ваши покупатели и почему они делают то, что делают. Исследование рынка должно поддерживать рекламу, только тогда реклама будет эффективна.

- *Запишем определение Маркетинга в тетрадах*

**Маркетинг - деятельность, направленная на формирование и удовлетворение рыночного спроса.**

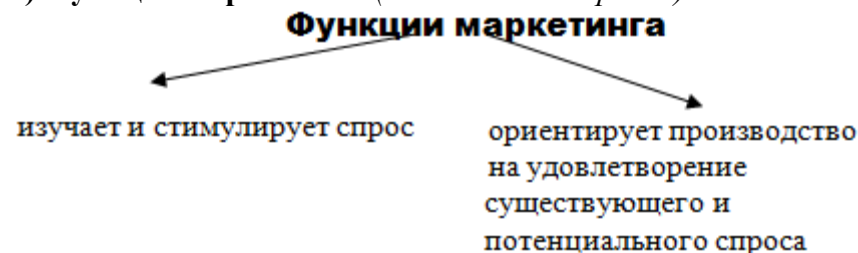
- Слово «маркетинг» происходит от английского «market» (рынок) и в переводе означает изучение условий рынка, система сбыта. Маркетинг активно воздействует не только на рынок, но и на производственную деятельность.

- *Как вы думаете, необходимо ли изучать спрос, желания потребителей, потребности разных групп покупателей?*

- Из исследования рынка предприниматель сможет определить **еще один элемент в маркетинге: чем мотивируется решение купить товар**. Большинство людей считают, что логика движет решением совершить покупку, однако, только малым числом клиентов движет логика. Например, решением купить машину движет не логика, а эмоции.

Как вы будете чувствовать себя, в автомобиле? Когда мужчины говорят, что они покупают двигатель с полусферической камерой сгорания, им не нужен двигатель - они покупают эмоции, чувство мощи и силы. Женщины не покупают платье из-за качественного материала, они покупают вещь, думая о том, как они будут себя чувствовать в ней. Платье может быть превосходного качества, но если женщина почувствует себя полной в этом платье, то она никогда не купит его. Есть очень мало продуктов, которые люди покупаются, полагаясь на логику. Логика должна сопровождать эмоции, поэтому компаниям надо создать такое сочетание, чтобы захватить и эмоции и логику покупателей.

## 2) Функции маркетинга. (Запишем в тетрадах)



ДЕВИЗ маркетинга: **«Производить то, что покупается, а не продавать то, что производится».**

- Как вы понимаете это высказывание?

## 3) Сегменты рынка.

- Исходным и главным элементом маркетинга является **маркетинговое исследование**, и прежде всего – изучение его сегментации.

**Сегмент рынка** – группа существующих или потенциальных покупателей с одинаковыми предпочтениями в приобретении товара.

**Сегментация рынка** – это разделение покупателей на группы, причём у каждой группы существует или может появиться потребность (спрос) в определённых товарах.

- Можете ли вы, опираясь на свой жизненный опыт, выделить определённые группы покупателей, т. е. провести сегментацию рынка?

Критерии (признаки) сегментации:

- социально-экономический (профессии, уровень образования, доходов, культуры и т.д.)
- демографический (возраст, пол, род занятий семьи, национальность и т.д.)
- географический (город, село, климатические условия и т.д.)
- психографический (образ жизни и тип личности – консерваторы, жизнелюбы, эстеты и т.п.)
- поведенческий (мотивация поведения – качества зубной пасты).

- Должен ли предприниматель учитывать все эти признаки сегментации при принятии решения производить тот или иной товар? Почему это важно для успешного бизнеса?

## 5. Примеры практического применения маркетинга. –(5 минут)

### 1) Профессия – маркетолог.

- Можете ли вы привести пример профессии человека непосредственно связанного с маркетингом. (Маркетолог).

- Профессия маркетолога является одной из самых востребованных на кадровом рынке. Это связано как с усилением конкуренции, так и с ростом покупательной способности населения, увеличением оборотов торговли. **Основная задача маркетолога – добиться максимальной прибыли компании с учетом ее реальных возможностей.** От него зависит, сколько и какой продукции компания произведет, сколько продаст, а главное – кто станет покупателем этой продукции.

- Особым «спросом» пользуются директора по маркетингу – сильные лидеры, обладающие опытом успешных маркетинговых кампаний. Сюда входят руководство рекламной и пиар-деятельностью, различными маркетинговыми программами, исследованиями.

- Маркетологи более низкого ранга – это менеджеры по маркетингу, аналитики, специалисты по маркетинговым исследованиям, маркетологи-экономисты, которые занимаются ценообразованием, и так далее. Профессия маркетолога требует коммуникабельности,

инициативности, умения творчески решать непростые задачи. Необходима серьезная теоретическая подготовка – без нее не провести исследования рынка, не составить бюджет или отчетность по проекту.

- **Интернет-маркетолог.**

- **Маркетолог – аналитик**

- **Трейд – маркетолог**

- В обязанности маркетолога входит также и разработка и продвижение торговых марок.

- *Какие торговые марки вы знаете?*

## 2) Торговые марки.

**Adidas** - в честь основателя компании Ади (Адольфа) Даслера.

**Apple** - яблоки - любимый фрукт основателя компании Стива Джобса. После трех месяцев тщетных попыток найти название для нового бизнеса, он поставил своим партнерам ультиматум: "Я назову компанию Apple, если к 5-ти часам вы не предложите лучшего". Apples Macintosh - название сорта яблок, продававшегося в США

**Daewoo** - основатель компании Ким Ву Чонг назвал компанию скромно, "Большая Вселенная", именно так переводится с корейского.

**Samsung** - в переводе с корейского "samsung" означает "три звезды".

**Рамблер** - название образовано от английского Rambler ("поводырь").

- Маркетологи могут и должны придумать и продвинуть на рынок, сделать узнаваемым **ЛОГОТИП** фирмы.

## 3) Логотипы фирм.

- **Логотип фирмы** - это некое изображение, состоящее из графических элементов или символов, которое призвано выражать главную идею компании, служит ее отличительным знаком. Он может состоять:

- из графических элементов, символов;
- из словесного или буквенного выражения, инициалов, цифр, фраз;
- быть комбинированного вида, содержать и словесную часть (надписи, слоганы, буквы), и изображения (фотоэлементы, рисунки);
- реже, из звуковых элементов, музыкальной зарисовки, иметь запах и тому подобные вещи.



## 4) Реклама.

- После исследования рынка и определения фактора, который движет решением купить, вы готовы рекламировать продукт:

- Образец рекламы – это основной элемент рекламирования, с которым многие не справляются. Образец должен содержать заголовок, «приманку» и зов к действию.
- Рекламная стратегия – что лучше использовать для рекламы? Газеты? Радио? Интернет? Ответом на этот вопрос должно стать исследование рынка, без него вы попросту потратите деньги на рекламу, которая не принесет вам потенциальных клиентов.
- Бюджет - Сколько нужно потратить? Есть ли у вас ресурсы, чтобы создать и построить кампанию?
- Рекламная кампания – помните, что частота рекламы зависит от нескольких факторов. Чем дороже или конкурентоспособнее продукт, тем чаще его надо рекламировать.
- Ваша торговая марка, дизайн продукта, продвижение продукта и реклама это часть маркетинговой стратегии, которая основывается на исследовании рынка.

#### *ПРИМЕРЫ РЕКЛАМЫ.*

**Видео ролики с обсуждением–(7 минут).**

#### **6. Закрепление (3 мин.)**

- *Что такое маркетинг?*
- *Назовите функции маркетинга.*
- *Почему необходимо сегментировать рынок?*
- *Перечислите основные критерии сегментации рынка.*

#### **7. Проверочная работа ДЗ**

Прочитайте внимательно следующие утверждения и укажите, какие из них верны, а какие - ошибочны.

1. Предприниматель при организации бизнеса ничем не рискует;
2. Маркетинг существует для того, чтобы исследовать спрос и потребности потребителей.
3. Важнейшей функцией маркетинга является управление персоналом фирмы
4. Маркетинг ориентирует производство на удовлетворение существующего и потенциального спроса
5. ДЕВИЗ маркетинга: **«Производить то, что покупается, а не продавать то, что производится».**
6. Маркетинговые исследования – это изучение свойств и качеств товара
7. Существует пять критериев сегментации рынка
8. Основная задача маркетолога – добиться максимальной прибыли компании с учетом её реальных возможностей
9. Логотип фирмы служит для того, чтобы информировать покупателя о различных свойствах товара
10. Чем больше однотипных товаров на рынке, тем чаще их необходимо рекламировать.

**(Выставление оценок).**

#### **7. Итог урока (5 мин.)**