

КОНЦЕПЦИЯ МАРКЕТИНГА — рыночный подход к предпринимательству, основанный на приоритете потребителя как главного агента рыночных отношений, на интересы, запросы которого должна ориентироваться маркетинговая деятельность. Концепция проявляется в стремлении к удовлетворению потребностей клиентов посредством продажи нужных им товаров, обеспечения их производства, поставки, использования, что одновременно приносит прибыль производителям и продавцам. Различают концепцию совершенствования производства, совершенствования товара, интенсификации коммерческих усилий, социально-этичного маркетинга.