

МАРКЕТИНГ (от англ. market — рынок) — обширная по своему спектру деятельность в сфере рынка товаров, услуг, ценных бумаг, осуществляемая в целях стимулирования сбыта товаров, развития и ускорения обмена, во имя лучшего удовлетворения потребностей и получения прибыли. Маркетинг призван приспособить производство к требованиям рынка. Маркетинг включает разработку товара (определение вида и установление характеристик продаваемого товара), анализ рынка (разделение рынков, выделение предпочтительных рынков, сегментация и позиционирование рынка), ценовую стратегию и политику. Составной частью маркетинга является реклама. Различают следующие виды маркетинга: дифференцированный, рассчитанный на использование нескольких сегментов рынка; конверсионный, создающий условия для преодоления отрицательного спроса; концентрированный, сосредоточивающий усилия на отдельных рынках; массовый, применяемый к товарам массового потребления; противодействующий, направленный на ограничение иррационального спроса; развивающий, ориентированный на превращение потенциального спроса в реальный; стратегический, основанный на изучении внутренних и внешних перспективных возможностей фирмы; целевой, предусматривающий ориентацию на определенный сегмент рынка; ценовой, основанный на установлении цены товара, обеспечивающей наибольший объем продаж и прибыли.