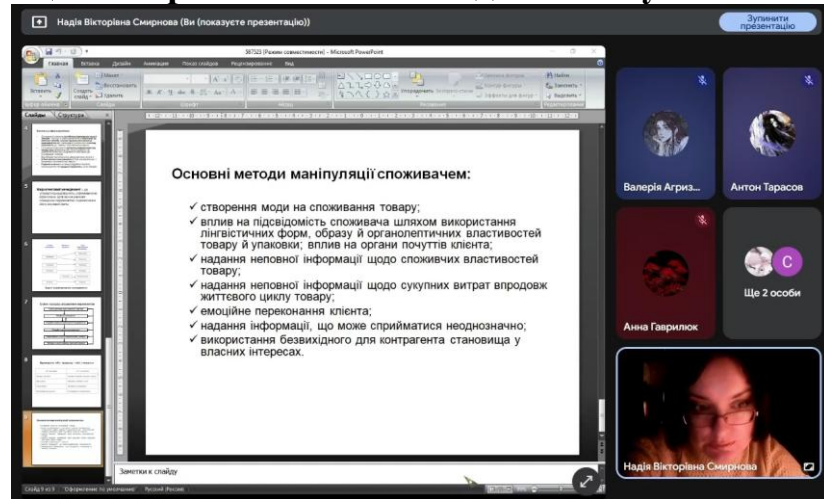


Презентація «Маркетинговий менеджмент: сутність і завдання»



Маркетинг як діяльність, спрямована на ринкове просування товарно-матеріальних цінностей (робіт, послуг) для задоволення потреб економічних суб'єктів у них, може здійснюватися на основі двох підходів – класичного і інноваційного.

Класичний підхід засновано на використанні підприємством всіх етапів здійснення маркетингової діяльності: від дослідження ринку до післяпродажного обслуговування споживачів і є характерним для початку розвитку сучасної світової економічної системи. Використання даного підходу потребує значних фінансових витрат, затрат фізичної і розумової праці на кожному етапі здійснення із послідуочим визначенням його доцільності – рентабельності. Фактично, сутність даного підходу – підлаштування товару, роботи, послуги під потреби споживачів, а саме створення продукту у відповідності до потреб ринку.

Натомість, інноваційний підхід передбачає підлаштування потреб споживачів під товари, роботи, послуги виробників, що досягається за рахунок впровадження відповідних рекламних звернень з акцентуванням уваги на їх інноваційності, корисності і престижності ще до того, як буде налагоджено їх масове виробництво.

Дане завдання реалізується з допомогою інструментів маркетингового менеджменту, що і стало темою презентації «Маркетинговий менеджмент: сутність і завдання», проведеного 07.10.2025 для здобувачів вищої освіти спеціальності D3 (073) «Менеджмент» викладачем, к.е.н., гарантом ОПП «Менеджмент транспорту та логістики» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, головою циклової комісії менеджменту, логістики та транспортної інфраструктури Смирновою Надією Вікторівною.