

***COORDONAREA
FUNCTIILOR DE MARKETING
IN REALIZAREA
SCOPURILOR PROPUSE***

**Disciplina: MARKETINGUL AFACERILOR
Profesor: BUCUR RODICA**

CONCEPTUL DE FUNCTIE/FUNCTIUNE

- **Funcția** - desemnează o grupare de activități determinate pe baza unui criteriu esențial, care oferă posibilitatea înțelegerii teoretice a marketingului.
- Cuprinde:
 - acțiuni de studiere a pieței interne,
 - identificare a nevoilor consumatorilor;
 - studierea comportamentului consumatorilor.
- Scopul: stabilirea celor mai adecvate modalități de orientare a activității firmei și de creștere a volumului vânzătorilor.

FUNCTIILE MARKETINGULUI

Scoala romaneasca de marketing recunoaste urmatoarele functii ale marketingului:

- **CERCETAREA PIETEI, A NEVOILOR DE UTILIZARE SAU DE CONSUM – FUNCTIA PREMISA**
- **IMBUNATATIREA CAPACITATII DE ADAPTARE A INTREPRINDERII LA CERINTELE MEDIULUI SAU DE PIATA – FUNCTIA MIJLOC**
- **SATISFACEREA IN CONDITII SUPERIOARE A NECESITATILOR DE UTILIZARE SI CONSUM – FUNCTIA OBIECTIV (SCOP)**
- **MAXIMIZAREA EFICIENTEI ECONOMICE SAU MAXIMIZAREA PROFITULUI – FUNCTIA OBIECTIV (SCOP)**

CERCETAREA PIETEI, A NEVOILOR DE UTILIZARE SAU DE CONSUM – FUNCTIA PREMISA

Cercetarea pieței, a nevoilor de utilizare sau consum – constituie punctul de plecare (**funcția premisă**) al activității de marketing, prin a cărei exercitare se urmărește obținerea informațiilor cu privire la piețele efective și potențiale, la ansamblul necesităților de consum solvabile și insolvabile, dar și la comportamentul consumatorului.

CERCETAREA PIETEI, A NEVOILOR DE UTILIZARE SAU DE CONSUM – FUNCTIA PREMISA

- ❑ Prin cercetarea pietei se stabilesc strategiile de marketing ale firmei:
 - ✓ Proiectarea produsului
 - ✓ Testarea de acceptabilitate
 - ✓ Lansarea pe piata a produsului sau serviciului
 - ✓ Deschiderea unei retelei proprii de magazine
 - ✓ Promovarea vanzarilor in randul anumitor segmente de consumatori
- ❑ Studiarea pietei este cunoscuta si sub denumirea de **CERCETARE DE MARKETING.**

IMBUNATATIREA CAPACITATII DE ADAPTARE A INTREPRINDERII LA CERINTELE MEDIULUI SAU DE PIATA - FUNCTIA MIJLOC

- Îmbunătățirea permanentă a capacității de adaptare a întreprinderii la cerințele mediului sau de piață – este considerată *funcție mijloc*, prin care se asigură îndeplinirea obiectivelor strategice ale agentului economic.
- Prin creșterea capacității de antrenare a tuturor resurselor de care dispune în fiecare moment (materiale, financiare și umane) se asigură adaptarea operativă a activității desfășurate la cerințele pieței, ale consumatorului.
- Constituie, în cele mai multe cazuri, cheia succesului în afaceri.

IMBUNATATIREA CAPACITATII DE ADAPTARE A INTREPRINDERII LA CERINTELE MEDIULUI SAU DE PIATA - FUNCTIA MIJLOC

- Precizeaza caile de realizare a obiectivelor urmarite.
- Presupune mobilizarea resurselor firmei (umane, materiale, financiare) spre a raspunde cat mai eficient cu produsele si/sau serviciile sale exigentelor formulate de purtatorii cererii.
- Capacitatea de adaptare masoara gradul in care oferta intreprinderii raspunde unei cereri dinamice existente pe piata, sub aspect cantitativ, structural si calitativ.

SATISFACEREA IN CONDITII SUPERIOARE A NECESITATILOR DE UTILIZARE SI CONSUM – FUNCTIA OBIECTIV (SCOP)

- Satisfacerea în condiții superioare a necesităților de utilizare și consum– reprezintă rațiunea de a fi a agentului economic, prin realizarea bunurilor și serviciilor. Este considerată *functia obiectiv (scop)* prin care se vizează producerea numai a acelor produse care sunt necesare consumului productiv sau personal.



SATISFACEREA IN CONDITII SUPERIOARE A NECESITATILOR DE UTILIZARE SI CONSUM – FUNCTIA OBIECTIV (SCOP)

- Presupune producerea a ceea ce este necesar pentru consum.
- Distribuirea in conditii optime a produselor si serviciilor.
- Crearea posibilitatilor de alegere conform gusturilor , dorintelor si prefeintelor clientilor.
- Largirea gamei de produse.
- Educarea (influentarea) gusturilor clientilor in scopul crearii de noi trebuinte.

MAXIMIZAREA EFICIENȚEI ECONOMICE SAU MAXIMIZAREA PROFITULUI – *FUNCTIA OBIECTIV (SCOP)*

- Maximizarea eficienței economice sau maximizarea profitului – este o funcție obiectiv (scop) deoarece scopul final al activității agentului economic este obținerea de profit, care-i asigură existența și dezvoltarea.
- Realizarea ei presupune alocarea rațională a resurselor productive, optimizarea structurilor de producție, dar și a întregului flux al procesului economic.

LEGATURA DINTRE FUNCTIILE MARKETINGULUI

