ТЕМА 1 СОЦІАЛЬНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ: ЗАДОВОЛЕННЯ ЛЮДСЬКИХ ПОТРЕБ

1. Чим відрізняється маркетинг від комерційних зусиль зі збуту?

Якій роботі ви віддали б перевагу після закінчення університету: специалист з маркетингу чи спеціаліст зі збуту? Чому?

2. Незважаючи на те, що корпорацію «Макдональдс» відзначають як одного з піонерів концепції маркетингу, разом з цим її критикують за вузьку товарну спеціалізацію. Чим викликана ця критика?

3. Чим відрізняються один від одного два підходи до управління маркетингом: концепція вдосконалення товару і концепція вдосконалення виробництва? Приведіть приклади до обох підходів.

4. Чому деякі організації переходять від концепції маркетингу до концепції соціально-етичного маркетингу?