

# MARKETINGAS

*Vytautas PRANULIS*

*Arvydas PAJUODIS*

*Sigitas URBONAVIČIUS*

*Regina VIRVILAITĖ*



KETVIRTASIS PATAISYTAS IR PAPILDYTAS LEIDIMAS

# TURINYS

Apie autorius 8

Pratarmė 10

## I DALIS. MARKETINGAS IR JO APLINKA

### 1 SKYRIUS. MARKETINGO PRIGIMTIS, TURINYS IR SUDĖTIS

➤ Kas yra marketingas? 15 ➤ Marketingo principai ir sistema 28 ➤ Žvilgsnis į praktiką 34

### 2 SKYRIUS. MARKETINGAS IR KITOS VERSLO ORIENTACIJOS

➤ Verslo orientacijos samprata 39 ➤ Gamybos orientacija 40 ➤ Prekės orientacija 43 ➤ Pardavimo orientacija 46 ➤ Marketingo orientacija 48 ➤ Socialinio-etinio marketingo orientacija 51 ➤ Verslo orientacijų ryšys ir skirtumai 53 ➤ Žvilgsnis į praktiką 57

### 3 SKYRIUS. MARKETINGO APLINKA

➤ Marketingo aplinkos samprata 61 ➤ Įmonės marketingo makroaplinka 64 ➤ Įmonės marketingo mikroaplinka 77 ➤ Lietuvos marketingo aplinkos bruožai 84 ➤ Žvilgsnis į praktiką 97

### 4 SKYRIUS. MARKETINGO INFORMACIJA IR TYRIMAI

➤ Marketingo informacija 101 ➤ Marketingo tyrimai 105 ➤ Marketingo informacijos sistemos 123 ➤ Žvilgsnis į praktiką 128

## II DALIS. RINKA

### 5 SKYRIUS. RINKOS IR JŲ SEGMENTAVIMAS

➤ Rinkos samprata 135 ➤ Rinkos segmentavimas 137 ➤ Tikslinės rinkos parinkimas 143 ➤ Žvilgsnis į praktiką 147

### 6 SKYRIUS. VARTOTOJŲ ELGSENA

➤ Vartotojų elgsenos samprata 151 ➤ Vartotojų elgsenai įtakos turintys veiksniai 152 ➤ Vartojimo prekių pirkimo procesas 164 ➤ Gamybinių prekių pirkimo procesas 166 ➤ Žvilgsnis į praktiką 174

## III DALIS. PREKĖ

### 7 SKYRIUS. PREKĖ IR PREKIŲ ASORTIMENTAS

➤ Prekės samprata 181 ➤ Prekių asortimentas 184 ➤ Prekių klasifikavimas 189 ➤ Žvilgsnis į praktiką 194

### 8 SKYRIUS. NAUJŲ PREKIŲ KŪRIMAS IR PREKĖS GYVAVIMO CIKLAS

➤ Naujų prekių kūrimas 199 ➤ Prekės gyvavimo ciklas 206 ➤ Prekės gyvavimo ciklo stadijose naudojamos marketingo strategijos 209 ➤ Žvilgsnis į praktiką 213

## **9 SKYRIUS. PREKĖS ŽENKLAS**

- Prekės ženklo paskirtis ir sandara 217 ➤ Pakuotės vaidmuo prekių identifikavime 221 ➤ Prekės ženklo strategijos 223 ➤ Pozicionavimas 228 ➤ Žvilgsnis į praktiką 231

## **IV DALIS. KAINA**

### **10 SKYRIUS. KAINODAROS PAGRINDAI**

- Kainos samprata ir reikšmė 241 ➤ Kainodaros tikslai 244 ➤ Rinkos poveikis kainai 245 ➤ Kaštų poveikis kainai 250 ➤ Žvilgsnis į praktiką 256

### **11 SKYRIUS. KAINŲ NUSTATYMO METODAI IR STRATEGIJOS**

- Kainos nustatymo metodai 260 ➤ Galutinės kainos nustatymas 263 ➤ Kainų strategijos 267 ➤ Žvilgsnis į praktiką 271

## **V DALIS. PASKIRSTYMAS**

### **12 SKYRIUS. MARKETINGO KANALAI IR MARKETINGO LOGISTIKA**

- Paskirstymo samprata 277 ➤ Marketingo kanalai 280 ➤ Marketingo logistika 293 ➤ Žvilgsnis į praktiką 303

### **13 SKYRIUS. PREKYBA**

- Prekybos samprata, jos sritys ir rūšys 307 ➤ Prekybos marketingo samprata ir atsiradimo priežastys 312 ➤ Mažmeninės prekybos objektų rūšys, tipai ir pardavimo formos 314 ➤ Mažmeninės prekybos marketingas 325 ➤ Didmeninės prekybos įmonių rūšys, pardavimo formos ir marketingas 330 ➤ Prekyba Lietuvoje 333 ➤ Žvilgsnis į praktiką 340

## **VI DALIS. RĖMIMAS**

### **14 SKYRIUS. INTEGRUOTOS MARKETINGO KOMUNIKACIJOS**

- Rėmimas ir integruotos marketingo komunikacijos 347 ➤ Komunikacinio proceso samprata 348 ➤ Komunikavimo priemonės 354 ➤ Integruotų marketingo komunikacijų planavimas 359 ➤ Žvilgsnis į praktiką 365

### **15 SKYRIUS. REKLAMA**

- Reklamos vieta marketinge 369 ➤ Reklamos rūšys 372 ➤ Reklamos kampanija ir jos planavimas 376 ➤ Reklamos organizavimas 383 ➤ Reklamos reglamentavimas 385 ➤ Žvilgsnis į praktiką 392

### **16 SKYRIUS. ASMENINIS PARDAVIMAS**

- Asmeninio pardavimo reikšmė ir turinys 398 ➤ Asmeninio pardavimo uždaviniai 401 ➤ Asmeninio pardavimo procesas 406 ➤ Pardavimo agentų darbo užmokestis ir skatinimas 409 ➤ Žvilgsnis į praktiką 413

## **17 SKYRIUS. PARDAVIMO SKATINIMAS**

- Pardavimo skatinimo esmė ir tikslai 418
- Gamintojo pardavimo skatinimo veiksmai, nukreipti į galutinius vartotojus 420
- Gamintojo pardavimo skatinimo veiksmai, nukreipti į prekybininkus 426
- Prekybininkų naudojami pardavimo skatinimo veiksmai 429
- Pardavimo skatinimo planavimas ir vertinimas 431
- Žvilgsnis į praktiką 436

## **18 SKYRIUS. RYŠIAI SU VISUOMENE**

- Ryšių su visuomene samprata, tikslai ir naudojimas marketinge 442
- Įmonei svarbios visuomenės grupės 444
- Įmonės identitetas ir įvaizdis 447
- Komunikavimo su pasirinktomis visuomenės grupėmis būdai 450
- Ryšių su visuomene organizavimas 462
- Žvilgsnis į praktiką 466

## **19 SKYRIUS. TIESIOGINIS MARKETINGAS**

- Tiesioginio marketingo samprata 471
- Tiesioginio marketingo priemonės 475
- Duomenų bazių ir interneto galimybių naudojimas 479
- Tiesioginio marketingo naudojimas 482
- Žvilgsnis į praktiką 486

# **VII DALIS. MARKETINGO STRATEGIJOS IR JŲ ĮGYVENDINIMAS**

## **20 SKYRIUS. MARKETINGO PLANAVIMAS IR VALDYMAS**

- Marketingo planavimo svarba 493
- Strateginis planavimas 494
- Marketingo strategijų įvairovė 501
- Marketingo valdymo samprata 507
- Marketingo valdymo sprendimų priėmimas 510
- Marketingo padalinys įmonėje 513
- Žvilgsnis į praktiką 521

## **21 SKYRIUS. PASLAUGŲ MARKETINGAS**

- Paslaugų samprata, savybės ir klasifikacija 526
- Paslaugų marketingo kompleksas 529
- Paslaugų marketingo strategijos 547
- Žvilgsnis į praktiką 550

## **22 SKYRIUS. TARPTAUTINIS MARKETINGAS**

- Tarptautinio marketingo samprata 559
- Tarptautinio marketingo tyrimai 568
- Tarptautinio marketingo komplekso specifika 574
- Papročiai ir etika tarptautiniame marketinge 577
- Žvilgsnis į praktiką 581

Marketingo terminų aiškinamasis žodynas 588

Rodyklė 598