

TEMA 4

Marketingu ^w

f 1

PËRMBAJTJA

1. Përkufizimi i nocionit marketing dhe marketingu si konception
2. Instrumentet e marketingut
 - 2.1. Marketing miksi
 - 2.2. Prodhimi
 - 2.3. Çmimi
 - 2.4. Shpërndarja
 - 2.5. Promovimi
 - 2.6. Njerëzit

Pjesa praktike - Përgatitja e kartelës reklamuese dhe prezantimi i prodhimit në formë elektronike

QËLLIMET

Nxënësi/nxënësjë:

- të mësojë në lidhje me afatin dhe konceptin e marketingut;
- të identifikojë instrumentet e marketingut;
- të dijë rëndësinë e marketing miksit;
- të shpjegojë instrumentet e marketing miksit;
- të zhvillojë të menduarit krijues;
- të përgatitë materiale promovuese.

NOCIONET KYÇE

MARKETINGU

MARKETING MIKSI

PRODHIMI

ÇMIMI

SHPËRNDARJA

PROMOVIMI

I. PËRKUFIZIMI I NOCIONIT MARKETING DHE MARKETINGU SI KONCEPCION

f 2

Fjala marketing vjen nga fjala frëngjishte “market” - treg dhe sufiksi - “ing” me të cilin caktohet aksioni, procesi ose prodhimi i cili është si rezultat i aksionit apo procesit.

Për shumë njerëz termi “marketing” do të thotë spot reklamash apo mesazh reklamash. Por marketingu përfshin shumë më tepër se kaq. Respektivisht, marketingu përfshin disa aktivitete, si për shembull hulumtimin dhe analizën e nevojave të tregut, duke krijuar ide për një prodhim të ri ose përmirësim të atij ekzistues, përmirësim të procesit të prodhimit, shitjes, zhvillimit të aktiviteteve të ndërmarra për shitje të prodhimit etj. Sipas kësaj, **termi i marketingut mund të përkufizohet si grup i aktiviteteve të cilat ndërmarrja i planifikon dhe i ndërmerr me qëllim që të identifikojë dhe të përmbushë nevojat e klientëve ekzistues dhe potencial me prodhime të përshtatshme.**

Marketingu është koncept relativisht i ri në punën e ndërmarrjeve. Në qendër të vëmendjes së konceptit të marketingut është konsumatori. Paraqitja e tij fillestare e njohur si koncept i marketingut të vjetër është orientuar drejt rrjetit të mirë të shitjes që duhet t'i përgjigjet qëllimit - fitime të mëdha përmes prodhimit dhe rritjes intensive.

Por në kohët e fundit qasja e vjetër e konceptit të marketingut është ndryshuar dhe përshtatur me tendenca të reja të nevojave të tregut dhe konsumatorëve. Kështu, koncepti i ri i marketingut në qendër të vëmendjes i vë nevojat dhe dëshirat e konsumatorëve të cilët do t'i përgjigjen qëllimit se a arrihen fitime të mëdha përmes orientimit të prodhimit për nevojat e tregut.

2. INSTRUMENTET E MARKETËNGUT

2.1 MARKETËNG MIKSI

f 3

Nën marketing miksin nënkuptohet kombinimi i instrumenteve: Prodhimi (Product), Çmimi (Price), Promovimi (Promotion) dhe Shpërndarja (Place), të përdorura nga ndërmarrja, me qëllim që të përmbushë nevojat e konsumatorit. Marketing miksi është i njohur si 4 P (4 P's). Por kohët e fundit, disa teoricienë besojnë se duhet të futet edhe një element të marketing miksit - **njerëzit (people)**, prandaj koncepti i marketing miksit rritet në 5 P (5 P's)¹.

Përdorimi dhe kombinimi i instrumenteve të marketingut bëhet me qëllim që të nxirren efektet maksimale të aplikimit të tyre, por në të njëjtën kohë të arrihet niveli i prituri i shitjes në treg të caktuar.²

Të gjitha pesë instrumentet e marketing miksit dhe kombinimet e tyre janë njësoj të rëndësishme. Vetëm çmimi i ulët, ose vetëm prodhimi me cilësi, ose thjesht reklamat ndikueshëm nuk do të jenë të mjaftueshme për të arritur vëllim të lartë të shitjeve, siç mund të bëhet me kombinimin e tyre.

¹ Sipas J. Bums dhe J. Bitner, duhet të shtohen edhe tri elemente: njerëzit, proceset, parametrat fizik (pople, process, physical environment).

² W. Pride, R. Hughes dhe J. Kapoor - "Business", U.S.A., 1996.

Kur bëhet fjalë për prodhimin, si mjet i marketing miksit mendohet për zhvillimin e prodhimit të cilin blerësi e dëshiron.

Çmimi si mjet i marketing miksit mund të shikohet nga dy aspekte. Aspekti i parë është se ai është çmim konkurrues, kurse aspekti i dytë se ka të bëjë me dëshirën e konsumatorit që t'ia paguajë shitësit.

Promovimi është mënyrë e komunikimit në mes ndërmarrjes dhe blerësit, ashtu që të ndërtohet qëndrim pozitiv ndaj prodhimit në procesin e shitjes.

Shpërndarja ka për detyrë të sigurojë disponueshmërinë e prodhimit të konsumatorit në vend dhe kohë të caktuar.

Shkathtësitë e njerëzve të cilët janë të punësuar në ndërmarrje, janë burime njerëzore në të cilat mbështetet shitja.

f 4



Skema nr. 1. Marketing miksi

Pyetje për përsëritje dhe përforcim:

1. Çfarë do të thotë nocioni i marketingut?
2. Cilat janë elementet e marketing miksit?
3. Çfarë është prodhim në aspektin e marketingut?
4. Çfarë është çmimi në drejtim të konceptit të marketingut?
5. Çfarë është shpërndarja dhe cilat janë kanalet e shpërndarjes?
6. Shpjegoni se çfarë është promovimi dhe cilat janë format e promovimit?

f 5