



MARKETING A XXI. SZÁZADBAN – KIHÍVÁSOK ÉS VÁLASZOK A VÁLSÁGOK KORÁBAN



Prof. Dr. Józsa László



Tartalom

- Marketing gyökerek és paradigmák
- A 2020-as évek kihívásai
- A marketing jelene és jövője
- A marketingtudomány és gyakorlat kihívásai



A gyökerek

- **1880:** az első marketing kurzusok
- **1910:** marketing a mezőgazdaságban
- **1951:** Az első dilemmák/BARTELS, 1951: Can Marketing be a Science?- Journal of Marketing/
- Művészet vagy tudomány?
- **1960:** McCarthy: 4P



SZÉCHENYI ISTVÁN EGYETEM

KAUTZ GYULA GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR

Marketing periodusok a szervezeti orientációk tükrében

- Termékorientáció (Say dogma)
- Eladáslowentáció
- Klasszikus marketing orientáció („add meg a királynak”)
- Versenyorientáció (fetisizált Porter modell)
- Társadalom és piacorientáció (társadalmi felelősség)
- Vevő- és technológia orientáció

<http://www.cogentis.com.au/>





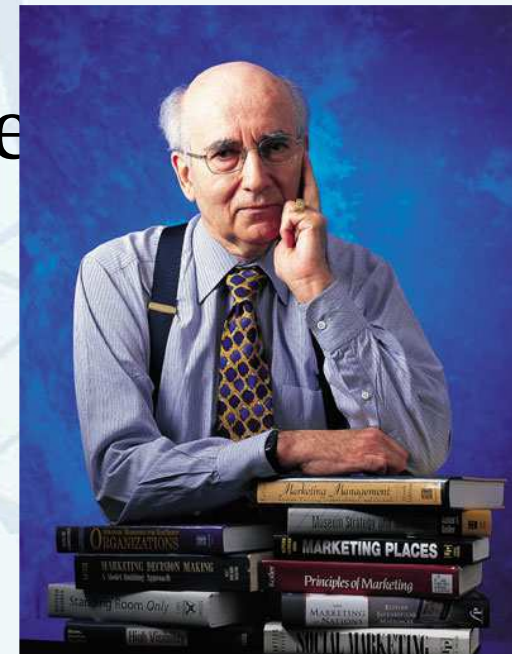
Marketing periódusok a tudomány szemszögéből /Baker, 1995/

- **1960- as évek:** Társtudományok eredményeinek bevonása a marketingbe
- **1960/70-es évek:** Business School-ok
- **1970- es évek:** A marketing evolúciója
- **1980-2000:** A marketing „széttöredezése”



Közös alap= **DOMINÁNS PARADIGMA**

A marketing management modellje
- azaz KOTLER



<http://www.businessweek.com/bschools/books/recommenders/kotler.htm>



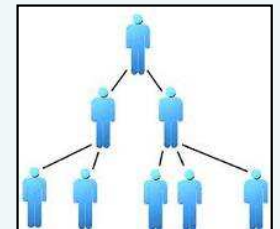
ÚJ évezred. Tehát „jöjjön valami új”



<http://joshmullineaux.com/old-marketing-vs-new-marketing>

Az új gondolatok

- A fogyasztó többet akar!
- Nagyobb érték alacsonyabb árakon!
- Hálózatosodó fogyasztók!
- Marketing orientáció a szervezetekben.
- Változó technika, de maradó humán tőke.



<http://www.squidoo.com/viralmarketing>



Új paradigma

SERVICE- DOMINANT LOGIC

/Vargo- Lusch, 2004, Journal of
Marketing/





Tehát:



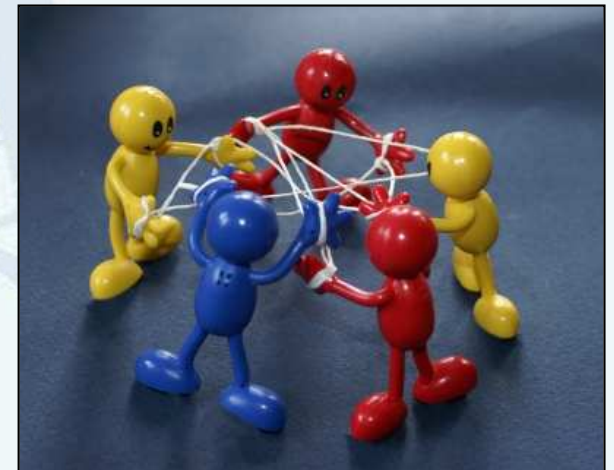
<http://scrapetv.com>

A szolgáltatás egy interaktív folyamat, amely „valamilyen használati értéket ad valakinek”.



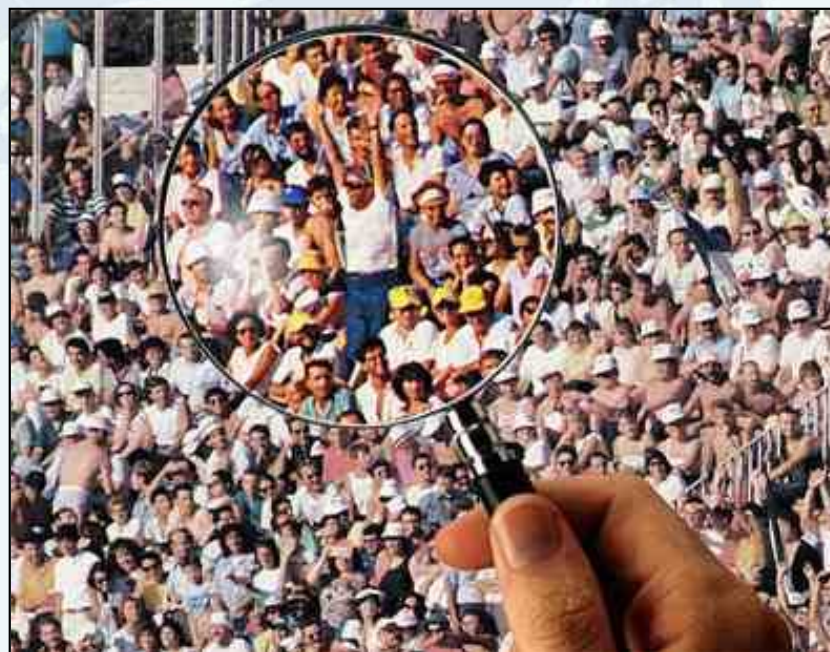
A következmény:

Ha az SDL uralkodóvá válik, a marketinges fő feladata a kommunikációs interakciók menedzselése lesz az üzletfelek között.





A gazdaság és a társadalom válsága





A kihívások

- A világgazdaság centrumának áthelyeződése
- A XXI. század technikai kihívásai
- Gyors piaci változások
- A kultúra, az értékrend és a demográfia

krízise



A világgazdaság átalakulása

- Európa nem gazdasági centrum többé.
- A dinamikus fejlődés áthelyeződött a Csendes óceán térségébe.
- A forró pontok az energiatermelő országok.
- A multik globális cégekké alakulnak.

A technológia XXI. századi forradalma

- Információ túlcsordulás.
- Vége a Gutenberg galaxisnak.
- A „zöldgazdaság” hatékony, de eredménytelen jelszó.
- A társadalom atomizálódik.
- A technikai elemek jelentőségét túlbecsüljük az élet minden területén.

Következmények:

- A marketing kiadások szintje nő.
- A marketing rendszerek hatékonysága csökken.
- A piaci szereplők „árkoordinálása” egyre erősebb.
- A vállalatok egyre gyengébb minőségű termékek irányába mozdulnak el.
- A fogyasztók egyre félrevezetőbb információkat kapnak a termelőktől.



A kultúra, az értékek és a demográfia válsága

- A helyi kultúra „megy a skanzenbe”.
- Piacformáló erővé válnak az új transcendentális magyarázatok.
- Erősödik az amerikai kulturális hegemonia woke-ostól mindenestül.
- Az európai társadalmak elöregedése és népességének cseréje zajlik.
- A felsőoktatás tömegesedett, így a diploma és a kreativitás két úton jár.

A jelen igazi kihívása





SZÉCHENYI ISTVÁN EGYETEM
KAUTZ GYULA GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR

ÉRTÉK- ÉS TÁRSADALOMORIENTÁL T MARKETING

vagy

TULAJDONOS ÉS TŐKEORIENTÁLT MARKETING



Tulajdonos- és tőkeorientált marketing

- A tulajdonos a legfontosabb vevő.
- A márkahűség nem fontos.
- Az osztalék a minden.
- A globalizáció = sztendertizáció.
- A rövidtávú tervezésben érdekelt.



Érték- és társadalomorientált marketing

- Informál,
- Értéket közvetít,
- Orientál,
- Hosszú távú kapcsolatokat épít,
- Fogasztó központú,
- A globalizáció és a lokalizáció harmonikus összhangjára törekszik.



Köszönöm a figyelmet!



<http://laurelpapworth.com/social-marketing-vs-traditional-marketing-mix/>

jozsal@sze.hu