

14. Hafta: Gıda Sanayii İşletmelerinin Pazarlama ve Finans Anlayışı ve Değişimler

PAZARLAMA YÖNETİMİ VE ANLAYIŞI

- Üretim anlayışı
- Ürün Anlayışı
- Satış Anlayışı
- Pazarlama Anlayışı
- Toplumsal Pazarlama Anlayışı

Günümüz pazarlama anlayışı 3 temel unsura dayanmaktadır:

1. Tüketicie yönelik tutum-Müşteri odaklılık-
2. Bütünleşmiş (koordineli) pazarlama çabaları
3. Uzun dönemde karlılık-Kar getirici satış hacmi-

Ortak nokta, başta pazarlama olmak üzere, işletmenin tüm bölümlerince, tüketiciye yönelik tutumun benimsenmesi ve tüketici tatmini yoluyla kar sağlamanın vurgulanmasıdır.

Pazarlamanın gelişmesine etki eden faktörler:

- Üretim artışı
- Nüfus artışı
- Gelir artışı
- Teknolojik gelişme
- Tüketici bilinci, eğitim ve bilgi düzeyi artışı
- Pazar yapısındaki gelişmeler
- Sosyal, kültürel ve politik koşullardaki değişim

Başlıca Pazarlama Türleri

1. Yeşil Pazarlama (Green Marketing)
2. Doğrudan Pazarlama
3. İşletmeden İşletmeye İnternet Yoluyla Pazarlama (Business to Business)
4. İşletmeden Son Tüketicie İnternet Yoluyla Pazarlama (Business to Consumer)
5. Kitlesele Pazarlama
6. Stratejik Pazarlama

FİNANS YÖNETİMİ

Neler yapılır??

1. Finansal analiz
2. Gerekli fonların kaynaklarının belirlenmesi
3. Fonlara uygun koşullarda sahip olmak
4. Fonların etkin kullanımı
5. Finansal planlama ve denetim (Muhasebe kayıtlarının izlenmesi)
6. Finansal raporların düzenlenmesi
7. Kar dağıtımı
8. Gelecek dönem finansal olayların hazırlanması / öngörülmesi

Finans teknikleri:

Öz sermaye temini, Yabancı sermaye, Kredi temini, Leasing –Kiralama- Factoring, Forfaiting, swap ve future opsiyonlar vb..