

Комплекс маркетингу — це набір маркетингових засобів (інструментів), певна структура яких забезпечує досягнення поставленої мети і вирішення маркетингових завдань на цільовому ринку. Поеднання таких засобів формує маркетингові зусилля підприємства на цільовому ринку. В кожному окремому випадку маркетингові засоби підбираються таким чином, щоб забезпечувався їх оптимальний вплив у рамках обраних маркетингових цілей.



Элементы комплекса маркетинга

4 «P»	4 «C»
Продукт (product)	Нужды и запросы потребителя (needs and wants)
Цена (price)	Затраты для потребителя (cost)
Место (place)	Доступность для потребителя (convenience)
Продвижение (promotion)	Коммуникация (communication)