There are many definitions of marketing. The better definitions are focused upon customer orientation and satisfaction of customer needs.

Marketing is the social process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating and exchanging products and value with others.

Marketing is the management process that identifies, anticipates and satisfies customer requirements profitably

Marketing is defined by the American Marketing Association (AMA) as "the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large."

The term developed from the original meaning which referred literally to going to a market to buy or sell goods or services.

The key concept of market selection and product planning is the Product Life Cycle.

Product life cycle management (or PLCM) is the succession of strategies used by business management as a product goes through its life cycle.

Like human beings, products also have their own life-cycle. From birth to death human beings pass through various stages e.g. birth, growth, maturity, decline and death.

A similar life-cycle is seen in the case of products.

Product life cycle (PLC) has to do with the life of a product in the market with respect to business/commercial costs and sales measures.

To say that a product has a life cycle is to assert four things:

1. that products have a limited life
2. product sales pass through distinct stages, each posing different challenges, opportunities, and problems to the seller,
3. profits rise and fall at different stages of product life cycle,

***and finally it***

1. products require different marketing, financial, manufacturing, purchasing, and human resource strategies in each life cycle stage.

Є багато визначень маркетингу. Краще визначення зосереджені на орієнтації на потреби клієнтів і задоволення потреб клієнтів.

Маркетинг соціального процесу, за допомогою якого окремі особи і групи отримати те, що вони потребують і хочуть шляхом створення та обміну продуктів, вартість та інші.

Маркетинг є процес управління, який ідентифікує, передбачає і задовольняє вимоги замовника прибутково

Маркетинг визначається Американської Маркетингової Асоціації (АМА), як "діяльність, безліч інститутів і процесів для створення, спілкування, проведення та обміну пропозиціями, які мають значення для замовників, клієнтів, партнерів і суспільства в цілому."

Термін розроблена з початкового сенсу в якому йдеться буквально збирається ринку на покупку або продаж товарів або послуг.

Ключовою концепціэю вибору ринку і продукту є планування життєвого циклу продукту.

Життєвий цикл управління (або PLCM) є наступність стратегій, використовуваних управління бізнесом, як продукт проходить свій життєвий цикл.

Як людські істоти, продукти також мають свої власні життєвого циклу. Від народження до смерті людської істоти проходять через різні етапи, наприклад, народження, зростання, зрілість, занепад і смерть.

Аналогічні життєвого циклу спостерігається у випадку продуктів.

Життєвий цикл виробу (PLC) має відношення до життя продукту на ринку по відношенню до бізнес / комерційних витрат та продажу заходи.

Щоб сказати, що продукт має життєвий цикл, щоб стверджувати, чотири речі:

1. Що продукти мають обмежений термін
2. продажу продукції проходить через різні етапи, кожен позує різні виклики, можливості і проблеми, з продавцем,
3. прибутку злети і падіння на різних етапах життєвого циклу продукції,
4. продукти вимагають різних маркетингових, фінансових, виробництва, закупівель, і людських ресурсів у стратегії кожної стадії життєвого циклу.