

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основании вышеизложенного можно сделать **вывод**, что некоммерческий маркетинг подразделяется на:

- маркетинг организаций;
- маркетинг отдельных лиц;
- маркетинг мест;
- маркетинг идей.

**Главной задачей** некоммерческого маркетинга является максимизация социального эффекта в данных конкретных условиях рынка из маркетинговой среды субъекта.