**Др\_Разработка программы продвижения товара на рынке** косметической продукции

Стр-96

[ВВЕДЕНИЕ](#_Toc513114319)

[ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА НА РЫНКЕ](#_Toc513114320)

[1.1 Стратегия продвижения товара: понятие, роль, сущность и виды](#_Toc513114321)

[1.2 Современные подходы к продвижению товара и факторы, воздействующие на эффективность процесса](#_Toc513114322)

[1.3 Особенность программ продвижения косметической продукции на рынке](#_Toc513114323)

[ГЛАВА 2 АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА НА РЫНКЕ НА ПРИМЕРЕ ЦЕНТРА](#_Toc513114324)

[2.1 Финансово-экономическая характеристика Центра](#_Toc513114325)

[2.2 Анализ программы продвижения косметической продукции в Центре](#_Toc513114326)

[ГЛАВА 3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ И РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА В СФЕРЕ КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ](#_Toc513114332)

[3.1 Целесообразность и задачи разработки программы продвижения косметической продукции](#_Toc513114333)

[3.2 Экономическая эффективность внедрения программы продвижения косметической продукции](#_Toc513114336)

[3.3 Разработка мероприятий по стимулированию сбыта в сфере косметической продукции в Центре](#_Toc513114337)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ](#_Toc513114338)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ](#_Toc513114339)

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Произведя исследования по данной теме, мы можем сделать вывод, что стратегия продвижения – это позиционирование торговой марки и создание системы интегрированных маркетинговых коммуникаций. Комплекс маркетинговых работ по стратегии продвижения, включает в себя описание целевого сегмента, позиционирование, структуру бренда, каналы распространения маркетингового обращения и медиаплан.

Главные цели программы продвижения определятся следующим:

- информирование покупателей о способах, товаре и местах его покупки;

- позиция потребителей в преимуществах товаров;

- поддержание интереса и напоминание о бренде в целом и предлагаемому товару для их покупки в будущем.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абрамс Р. Бизнес план на 100%. Стратегия и тактика эффективного бизнеса// Издательство: Альпина Паблишер, 2018. -486 с.

2. Аврамов П.А. Стратегия Го// Издательство: Олимп-Бизнес, 2018. -420 с.

3. Альтшулер И.Г. О стратегии, маркетинге и консалтинге / Издательство: Дело, 2016. -440 с.

4. Бенсигнор Р. Основы технического анализа финансовых активов // Издательство: СмартБук, 2016. -296 с.

5. Ворожевич А.С. Защита брендов. Стратегии, системы, методы / Издательство: Проспект, 2017. -144 с.