Глава 3.  Пути совершенствования маркетинговой деятельности на предприятии "Ратикон"

3.1 Обоснование мер повышения эффективности деятельности предприятия "Ратикон" за счет фактора маркетинга

3.2 Прогнозирование влияния предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия