|  |  |
| --- | --- |
| ЗМІСТ | ст. |
| Вступ…………………………………………………………………………..**Розділ 1. Теоретичні аспекти маркетингового забезпечення виведення товару на новий ринок**1.1 Сутність та зміст процесу виведення товару на новий ринок………..1.2 Маркетингове забезпечення виведення товару на новий ринок: етапи та основні складові…………………………………………………………..1.3 Методичний інструментарій маркетингового забезпечення виведення товару на новий ринок………………………………………………………**Розділ 2. Практичні аспекти маркетингового забезпечення виведення товару на ринок у ТОВ «Мобайл Солюшн»**2.1 Маркетингова характеристика ринку та місце на ньому ТОВ «Мобайл Солюшн»…………………………………………………………………….2.2 Конкурентні позиції ТОВ Мобайл Солюшн на вітчизняному ринку..2.3 Процес виведення товару на ринок у ТОВ «Мобайл Солюшн»……..**Розділ 3. Вдосконалення маркетингового забезпечення виведення продукції підприємства ТОВ «Мобайл Солюшн» на новий ринок**3.1. Методичні підходи до вибору продукції ТОВ з метою виведення на новий ринок…………………………………………………………………..3.2 Методичні підходи до вибору продукції ТОВ Мобайл Солюшн з метою виведення на новий ринок …………………………………………..3.3. Маркетинговий план виведення продукції Red Point на новий ринок.Висновки………………………………………………………………………Список використаної літератури……………………………………………Додатки………………………………………………………………………. | 351220303947556372808493 |