|  |  |
| --- | --- |
| 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………………………………………………………………………. | 3  5  12  20  30  39  47  55  63  72  80  84  93 |