|  |  |
| --- | --- |
| ВВЕДЕНИЕ…………………………………………………………………. | 4 |
| 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ управления ТОВАРНЫМ АССОРТИМЕНТОМ коммерческой организации……………. | 6 |
| 1.1 Понятие товара, уровни товара, классификация товаров, жизненный цикл товара……………………………………………………. | 6 |
| 1.2 Товарный ассортимент: понятие, структура………………………….. | 15 |
| 2. АНАЛИЗ ТОВАРНОГО АССОРТИМЕНГА ОАО «БРЯНСКПИВО» | 18 |
| 2.1 Анализ системы управления маркетингом на ОАО «Брянскпиво»… | 18 |
| 2.2 Анализ ассортимента и деятельности ОАО «Брянскпиво» в области товарной политики…………………………………………………………. | 28 |
| 2.3 Оценка лояльности потребителей к торговой марке ОАО «Брянскпиво»……………………………………………………………….. | 45 |
| 3. ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРНЫМ АССОРТИМЕНТОМ НА ОАО «БРЯНСКПИВО»……………………….. | 52 |
| 3.1. Совершенствование товарной политики ОАО «Брянскпиво» и  разработка плана для реализации товарной стратегии………………….. | 52 |
| 3.2 Разработка новой этикетки и проведение исследования по выбору окончательного варианта этикетки на продукцию ОАО «Брянскпиво» .. | 58 |
| 3.3 Оценка эффективности проекта по улучшению ассортимента……… | 66 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ……………………………………………………………... | 69 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ………………………... | 74 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ……………………………………………………………... | 76 |