Ремета Александр Александрович Конкурентное позиционирование продукции регионального мясоперерабатывающего предприятия в условиях изменения структуры спроса

ОГЛАВЛЕНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

кандидат наук Ремета Александр Александрович

СОДЕРЖАНИЕ

Введение ГЛАВА

ГЛАВА

ГЛАВА

Методические положения и основы теории конкурентного позиционирования

1.1. Теория конкурентного позиционирования: подходы, концепция и методы

1.2. Осуществление успешного конкурентного позиционирования: основные модели для товаров и компаний

1.3. Проектирование стратегии позиционирования товаров и брендов на рынке мясоколбасной продукции

Тенденции развития мясоперерабатывающей индустрии и маркетинговой активности в условиях изменения структуры спроса

2.1. Маркетинговый анализ современных тенденций развития рынка мясоколбасной продукции в России и ЮФО

2.2. Вариации изменения структуры спроса и покупательского поведения на рынке мясоколбасной продукции

2.3. Эмпирическое исследование потребительского восприятия колбасных изделий

Направления и стратегии конкурентного позиционирования мясоколбасной продукции в условиях изменения структуры спроса

3.1. Приоритеты марочного позиционирования региональных производителей мясоколбасной продукции

3.2. Потребительский инсайт в позиционировании мясоколбасной продукции регионального производителя

3.3. Методическое обоснование позиционирования халяльной мясоколбасной продукции

Заключение