Мартасов, Денис Алексеевич Совершенствование системы управления брендом готовых замороженных продуктов компании-производителя

ОГЛАВЛЕНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

кандидат наук Мартасов, Денис Алексеевич

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1 КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ БРЕНДАМИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

1.1 Теоретические аспекты и сущность товарного бренда. Социализация как направление развития бренд-менеджмента на рынке потребительских товаров

1.2 Управление брендом: принципы, стратегии и условия реализации

1.3 Система управления товарным брендом компании и направления её

совершенствования

ГЛАВА 2 МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ РЫНКА ДЛЯ ЦЕЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ БРЕНДОМ КОМПАНИИ-ПРОИЗВОДИТЕЛЯ (НА ПРИМЕРЕ ГОТОВЫХ ЗАМОРОЖЕННЫХ ПРОДУКТОВ)

2.1 Особенности маркетингового исследования как этапа бренд -строительства на рынке готовых замороженных продуктов

2.2 Исследование структуры и товародвижения на рынке готовых замороженных продуктов мясопереработки

2.3 Исследование факторов спроса на рынке готовых замороженных

продуктов мясопереработки. Модель потребительского выбора бренда

ГЛАВА 3 ПРИНЦИПЫ И ИНСТРУМЕНТЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ БРЕНДОМ КОМПАНИИ-ПРОИЗВОДИТЕЛЯ (НА ПРИМЕРЕ ГОТОВЫХ ЗАМОРОЖЕННЫХ ПРОДУКТОВ МЯСОПЕРЕРАБОТКИ)

3.1 Формирование платформы товарного бренда компании-производителя

3.2 Разработка ценностного предложения товарного бренда производственной компании для персонала каналов распределения на основе бренд-платформы

3.3 Разработка стратегии коммуникации производственной компании на 133 основе платформы товарного бренда

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЕ А

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

ПРИЛОЖЕНИЕ В