

7. Исследование продвижения товара и продаж преследует цель определить наиболее эффективные пути, способы и средства быстрого доведения товара до потребителя и его реализации. Объектами здесь становятся торговые каналы, посредники, продавцы, формы и методы продажи, издержки обращения.

8. Исследование системы стимулирования сбыта и рекламы — его цель состоит в том, чтобы выявить, как, когда и с помощью каких средств лучше стимулировать сбыт, повысить авторитет товаропроизводителя на рынке, успешно осуществлять рекламные мероприятия.