

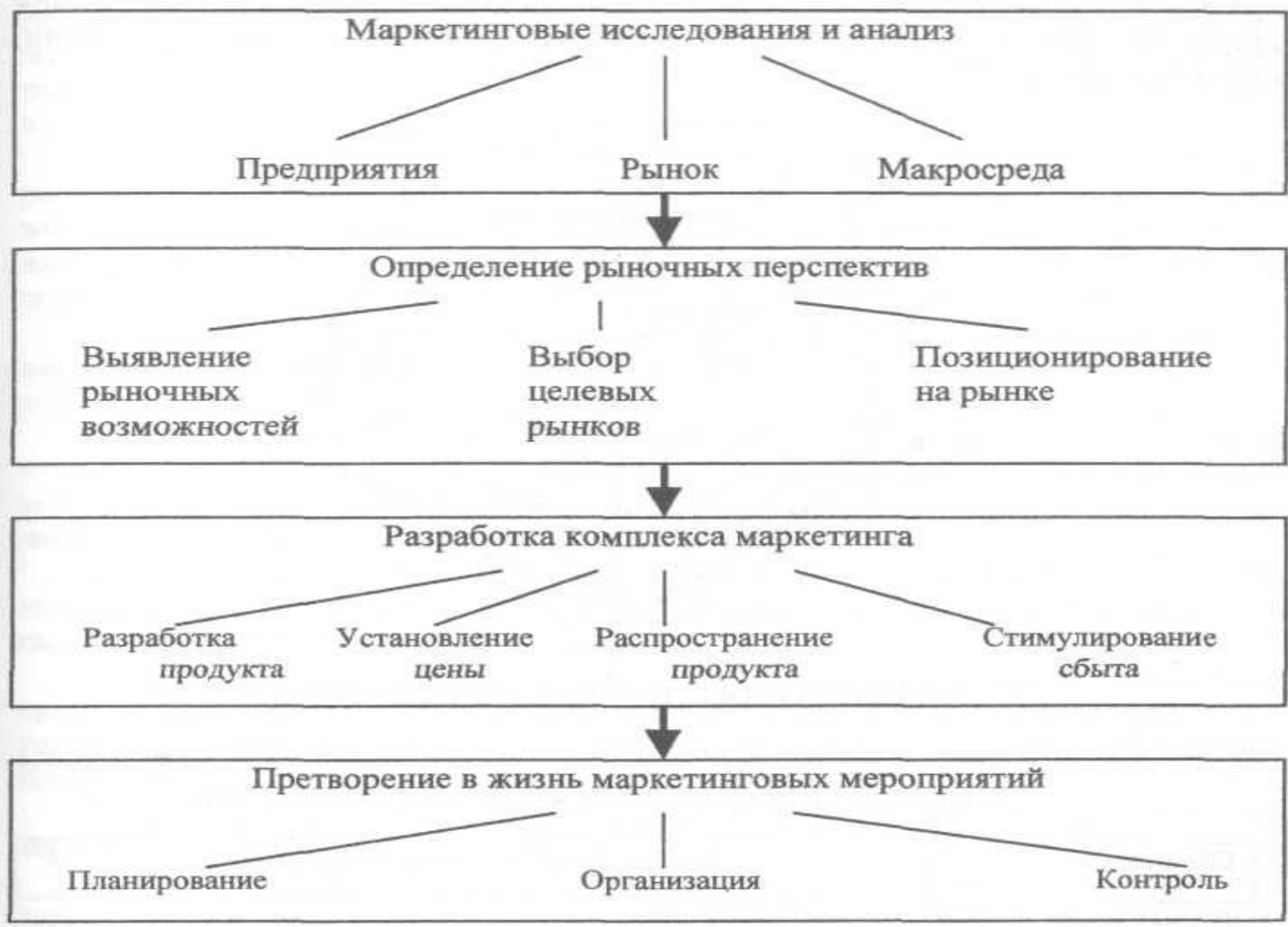


Рисунок 2.7 – Процесс управления маркетингом