

Решение принципиальных задач:

1. Разработка товарно-марочной стратегии;
2. Разработка новых товаров;
3. Коммерческое производство в соответствии с жизненным циклом товара;
4. Установление цен на товары;
5. Выбор каналов распространения товаров;
6. Продвижение товаров на рынке.

