

УДК 658.6(075)
ББК 30.609я7
Г20

*Печатается по решению редакционно-издательского совета
Казанского национального исследовательского технологического университета*

Рецензенты:

*канд. экон. наук О. Ф. Грипась
канд. экон. наук И. В. Новикова*

Гарипова Г. И.

Г20 Товарная политика : учебно-методическое пособие / Г. И. Гарипова, А. М. Нигметзянова Л. Ю. Махоткина; Минобрнауки России, Казан. нац. исслед. технол. ун-т. – Казань : Изд-во КНИТУ, 2019. – 96 с.

ISBN 978-5-7882-2736-8

Содержит методологические основы товарной политики: объекты, методы, принципы и средства. Товарная политика рассмотрена как система взаимосвязанных действий, определяющих намерения и возможности предприятия, показаны возможные результаты ее эффективности.

Предназначено для обучающихся направлений подготовки 29.03.05 «Конструирование изделий легкой промышленности», 38.03.06 «Торговое дело», 38.03.07 «Товароведение», 43.03.01 «Сервис».

Подготовлено на кафедре конструирования одежды и обуви.

**УДК 004.451.7(075)
ББК 32.97я7**

ISBN 978-5-7882-2736-8

© Гарипова Г. И., Нигметзянова А. М.,
Махоткина Л. Ю., 2019

© Казанский национальный исследовательский
технологический университет, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. СОДЕРЖАНИЕ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ	6
2. МАРКЕТИНГОВАЯ КОНЦЕПЦИЯ ТОВАРА	9
3. КЛАССИФИКАЦИЯ ТОВАРОВ.....	12
4. СТРАТЕГИИ ДОСТИЖЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ	16
4.1. Конкуренетоспособность и конкурентные преимущества товара	16
4.2. Методы оценки конкурентоспособности товара.....	17
4.3. Способы конкурентного дифференцирования	19
5. СУЩНОСТЬ И УПРАВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ МАРКОЙ	24
5.1. Определение и виды торговых марок.....	24
5.2. Добавленная ценность торговой марки.....	25
5.3. Экономический эффект торговой марки	26
5.4. Процесс создания бренда.....	27
5.5. Средства PR, используемые для формирования бренда.....	33
5.6. Стратегии позиционирования бренда.....	37
6. УПАКОВКА.....	40
6.1. Функции упаковки.....	40
6.2. Процесс разработки упаковки	45
7. УПРАВЛЕНИЕ НОМЕНКЛАТУРОЙ ТОВАРОВ И АССОРТИМЕНТОМ.....	49
7.1. Ассортимент и качество продукции	49
7.2. Принципы формирования и показатели планирования ассортимента	51
7.3. Факторы, влияющие на формирование ассортимента товаров.....	55
7.4. Управление ассортиментом. Ассортиментная политика.....	56
8. КОНЦЕПЦИЯ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ТОВАРА И ВОЗМОЖНОСТИ ЕЕ ПРАКТИЧЕСКОГО ПРИМЕНЕНИЯ.....	61
8.1. Характеристика этапов жизненного цикла товара	61
8.2. Стратегии маркетинга на этапах жизненного цикла товара.....	65
Примерные темы рефератов.....	69
Контрольные задания для студентов заочной формы обучения	70
Тестовые задания для самостоятельного контроля знаний.....	73
Глоссарий	88
Список литературы	92