

26-3372

НА ВРАЧЕ НЕ ВЫДАЕТСЯ

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «КАЗАНСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. А. Н. ТУПОЛЕВА – КАИ»

О. В. ФИЛИНА

**УПРАВЛЕНИЕ
ПРОДВИЖЕНИЕМ ТОВАРА**

Учебное пособие

Казань
2026

26-03372

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАЗАНСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. А.Н.ТУПОЛЕВА – КАИ»

О.В. ФИЛИНА

**УПРАВЛЕНИЕ ПРОДВИЖЕНИЕМ
ТОВАРА**

Учебное пособие

*Рекомендовано к изданию Учебно-методическим управлением
КНИТУ-КАИ*

Казань – 2026

УДК 339.138
ББК 65.291.33
Ф 53

Рецензенты:

кафедра экономика и организация производства
(Казанский государственный энергетический университет)
кандидат экономических наук, доцент Е.С. Макарова
(«Российский университет кооперации» Казанский кооперативный
институт)

Филина, О.В.

Ф53 Управление продвижением товара: учебное пособие / составитель:
Филина О.В. – Казань: редакционно-издательский центр «Школа»,
2026.– 130 с.
ISBN 978-5-00245-525-6

Учебное пособие предназначено для подготовки обучающихся по направлению 38.03.01 - Экономика. В учебном пособии изложены лекции по основным положениям по управлению продвижения товара на рынок, а так же путь товара к потребителю, стратегия продвижения товара, управление ценой в системе продвижения, дан анализ конкурентной среды и выявление ключевых конкурентов др. В конце каждой лекции даются вопросы для самопроверки. Учебное пособие позволяет приобщить обучающихся к более глубокому пониманию продвижения товара на конкурентном рынке с использованием интегрированных маркетинговых коммуникаций что позволит решить задачи, стоящие перед современным экономическим образованием.

Ил.8. Табл.2. Библиогр.: 16 назв.

УДК 339.138
ББК 65.291.33

ISBN 978-5-00245-525-6

© О.В. Филина, 2026
© Изд-во редакционно-издательский
центр «Школа», 2026

Содержание

Введение	6
Тема 1 Природа управления продвижения товара его понятия, сущность, задачи и функции	7
1.1. Понятие и сущность управления продвижения товара	7
1.2. Эволюция управления продвижения товара. Развитие отечественного продвижения товара	10
1.3. Методологические основы в управлении продвижением товара	16
1.4. Цели и функции управления продвижения товар	18
1.5. Классификация видов по продвижению товаров	19
Вопросы для самостоятельного изучения и самоконтроля к теме 1	20
Тема 2. Путь товара к потребителю: от потребности до продвижения	21
2.1. Компоненты продвижения товара, и их взаимосвязь	21
2.2. Нужды, потребности и запросы. Их виды и отличия	24
2.3. Спрос. Емкость и доля рынка	28
Вопросы для самостоятельного изучения и самоконтроля к теме 2	34
Тема 3. Анализ и управление товаром на рынке	35
3.1. Виды исследований в управлении продвижения товаров.	35
3.2. Классификация рынков	40
3.3. Классификация товаров и его рыночные атрибуты	41
3.4. Товарная политика и товарный ассортимент. Правила создания нового товара	45
Вопросы для самостоятельного изучения и самоконтроля к теме 3	49
Тема 4. Исследование рынка	50
4.1. Понятие и сущность сегментации рынка	50
4.2. Критерии сегментирования потребительского рынка	52
4.3. Сегментация рынков организованных потребителей.	
Многофакторное сегментирование	56
4.4. Требования, предъявляемые к сегментам рынка. Условия и	

принципы сегментации рынка	58
4.5. Выбор целевых сегментов рынка	60
4.6. Отечественная практика сегментирования рынка	61
Вопросы для самостоятельного изучения и самоконтроля к теме 4	62
Тема 5. Стратегия продвижения товара: анализ, состав и виды	63
5.1. Анализ возможностей фирмы	63
5.2. Понятие, роль и значение стратегии по продвижению товара на рынок. Требования, предъявляемые к стратегии по продвижению товара	67
5.3. Основные составляющие стратегии по продвижению товара	69
5.4. Виды стратегии по продвижению товара	71
Вопросы для самостоятельного изучения и самоконтроля к теме 5	75
Тема 6. Управление ценой в системе продвижения товара	76
6.1. Сущность цены в понимании продвижении товара	76
6.2. Анализ факторов, влияющих на ценообразование	81
6.3. Методы расчета цен в продвижении товара	88
6.4. Общая характеристика ценовой политики предприятия	94
6.5. Скидки в ценообразовании	98
Вопросы для самостоятельного изучения и самоконтроля к теме 6	100
Тема 7. Анализ конкурентной среды и выявление ключевых конкурентов	101
7.1. Исследование и оценка конкурентной среды	101
7.2. Определение конкурентов предприятия	103
7.3. Анализ конкурентов	108
Вопросы для самостоятельного изучения и самоконтроля к теме 7	110
Тема 8. Управление товарными потоками и сбытовая деятельность предприятия	111
8.1 Управление сбытом: от стратегии до практики	113
8.2. Каналы распространения товаров.	
8.3. Сбытовая политика предприятия: структура, проблемы и	117

перспективы	119
8.4. Управление товарными потоками	123
8.5. Механизмы оптовой и розничной реализации товаров	127
Вопросы для самостоятельного изучения и самоконтроля к теме 8	
Список литературы к темам лекции	128