

УДК: 339.138

**О.О. Наумова**

*кандидат економічних наук,*

*доцент кафедри маркетингу та поведінкової економіки*

*Університет економіки та права «КРОК»*

**Є.О. Хрістов**

*студент,*

*Університет економіки та права «КРОК»*

## **РОЗРОБКА ТА УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ**

В статті розкрито сутність поняття просування продукції, викладено завдання процесу просування продукції. Зображено політику просування як головного інструмента реалізації маркетингової стратегії на підприємстві. Охарактеризовано основні елементи комплексу просування продукції та сучасні інструменти просування товару.

**Ключові слова:** просування продукції, маркетингова діяльність, маркетингова комунікація, методи просування продукції.

**Е.А. Наумова**

*кандидат економічних наук,*

*доцент кафедри маркетингу та поведінкової економіки*

*Університет економіки та права «КРОК»*

**Е.А. Хрістов**

*студент,*

*Університет економіки та права «КРОК»*

## **РАЗРАБОТКА И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ**

В статье раскрыта сущность понятия продвижения продукции, изложены задачи процесса продвижения продукции. Отображена политика продвижения как главный инструмент реализации маркетинговой стратегии на предприятии. Охарактеризованы основные элементы комплекса продвижения продукции и современные инструменты продвижения товара (Интернет-маркетинг, брендинг, франчайзинг, телемаркетинг, мерчандайзинг).

**Ключевые слова:** продвижения продукции, маркетинговая деятельность, маркетинговая коммуникация, методы продвижения продукции.

***O. Naumova***

*Ph.D., Assistant Professor of Marketing  
and Economic Behavior Department,*

*«KROK» University*

***I. Khristov***

**student**

*«KROK» University*

## **DEVELOPMENT AND IMPROVEMENT TECHNOLOGY PROMOTION PRODUCTS**

In the article the nature of the concept of product promotion is revealed, the objectives of the process promotion are outlined. The promotion policy as the key instrument for implementing the marketing strategy in the company is displayed. The basic elements of the product promotion complex and the contemporary promotion methods are characterized.

**Key words:** product promotion, marketing activity, marketing communication, product promotion methods.