

1. Изучение структуры предприятия.
2. Изучение технологии производства продукции.
3. Знакомство с поставщиками и потребителями продукции и основными принципами их взаимодействия.
4. Подготовить предложения по изменению (в случае необходимости) принципов и методов проведения рекламной кампании.
5. Определить основных потребителей продукции на рынке товаров и дать предложения по расширению сети потребителей.