

Анализ репутационных характеристик товаров и товарных групп – аналитическая записка, описывающая мнение потребителей о достоинствах и недостатках товаров, критериях выбора товаров внутри товарной группы, критериях выбора продавца и др, с целью создания учебных материалов для проведения тренингов для персонала