

Здравствуйтесь, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Актуальность темы обусловлена тем, что на сегодняшний день особенно

[illegible]

Целью выпускной квалификационной работы является исследование маркетинговых инструментов как способа защиты от фальсификации.

В первой главе работы рассматриваются ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ЗАЦЕПТЫ ПРОДУКЦИИ ОТ ФАЛЬСИФИКАЦИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.

Второе предложение в этом пункте гласит, что при маркировании продукции изготовитель должен соблюдать требования нормативно-правовых и нормативных документов, направленных на обязательность доведения до приобретателя полной и достоверной информации о продукции.

Маркировка представляет собой комплекс сведений о виде товара, отдельных графических, цветовых символах и их комбинаций, наносимых в зависимости от конкретных условий непосредственно на изделие, ~~предназначенное~~ что обеспечивает право потребителя на осознанный выбор приобретаемого товара.

Деятельность по стандартизации трубопроводов и микропроцесс и анализ осуществляется на ~~установленных~~ и национальных уровнях, в России эти функции осуществляет — Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии (~~Росстандарта~~). Эти организации разрабатывают стандарты (~~ГОСТ~~) на микропроц с учетом национальных интересов и целого ряда необходимых гармонизированных трубопроводов.

Для заострения поставленной в начале работы цели, во второй главе работы рассматриваются **ОСОБЕННОСТИ ПОРЯДКА**
МАРКИРОВКИ ТОВАРОВ, РЕАЛИЗУЕМЫХ НА
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ.

В зависимости от места нахождения различают метрополису производственную и торговую.

Маршрут работы должен соответствовать требованиям стандартов, другим нормативным документам. Требования, предусмотренные стандартами, выполняются в соответствии с условиями стандарта, а также с учетом особенностей условий стандарта на продукцию. Требования к работе маршрута в меньшей степени разработаны, чем к производству. Основными требованиями к работе маршрута являются: