1. Резюме
2. Стратегия маркетинга

2.1 Основная идея проекта (обзор продукции)

2.2 Анализ потребителя и сигментация рынка

2.3 Анализ конкурентов и определение конкурентной политики

2.4 Определение комплекса маркетинга

2.5 Продукт и продуктовая политика

2.6 Цена и ценовая политика

2.7 Продвижение продукта на рынок

2.8 Анализ каналов сбыта

3) План производства

3.1 Сырье и поставки

3.2 Анализ местоположения

3.3 Технологический план производства

3.4 Планирование трудовых ресурсов

4) Финансовый план

5) Анализ экономических рынков

6) Охрана окружающей среды

7) Используемая литература