

**КОНКУРС ПРОЕКТОВ
«ПРАВО ПОТРЕБИТЕЛЯ НА
ИНФОРМАЦИЮ ОБ УСЛУГЕ:
ХОЧУ ВСЕ ЗНАТЬ!»**



ТЕМА: «ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ»

Выполнили:

обучающиеся 1 курса ЧПОУ Ставропольского колледжа
экономики и управления «Бизнесстранс»

Научный руководитель:

зав. каф. естественнонаучных дисциплин и информатики Чихичина Л.А.



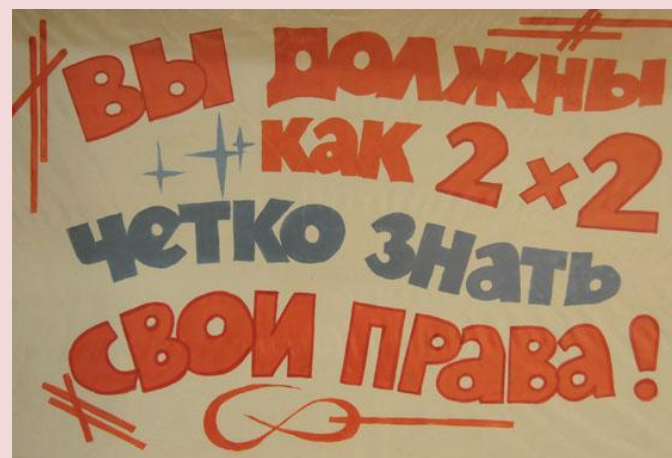
Что нужно знать потребителю об услуге

Формирование знания потребителя о продукте – одна из основных маркетинговых задач. Компании постоянно информируют потребителя о своих продуктах с целью, что эта информация будет воспринята и станет определять покупочное поведение. Функцию информирования потребителя о продукте несет реклама СМИ, продавцы т.д.



Закон «О защите прав потребителей» №2300-1 от 07.02.1992 г.

Ст. 10 Закона о правах потребителя раскрывает содержание информации, которая должна поступить к клиенту, в частности, информация о товарном знаке



Что такое товарный знак

Товарный знак – это любое название, знак, символ, рисунок или их комбинация, используемые для обозначения товаров фирмы и отличающие их от товаров конкурентов



Регистрация товарного знака

Товарный знак имеет синонимы – торговая марка, бренд, логотип. Все эти понятия представляют собой некий компактный графический элемент, который может включать в себя название, аббревиатуру или слоган. Основная задача этого элемента – делать соответствующий товар или компанию узнаваемой среди потенциальных партнёров и покупателей. В большинстве случаев зарегистрированный товарный знак становится элементом фирменного стиля компании, определяя высокий статус и серьёзные намерения соответствующих проектов



Характеристика парфюмерно-косметических компаний

К парфюмерно-косметическим товарам относятся: парфюмерия, гигиеническая косметика и декоративная косметика. По функциональному назначению парфюмерно-косметические товары предназначены для ароматизации и гигиены человека: для ухода за кожей лица, рук, тела, волосами, полостью рта, для защиты от вредного воздействия солнца, для украшения лица, рук и т.п.



Товарные знаки и бренды КОСМЕТИЧЕСКИХ ТОВАРОВ

На сегодняшний день сильно возросла роль корпоративной символики производителя товаров и услуг, а именно товарных знаков и марок, поскольку они рассматриваются потребителем товаров и услуг не только как гарантия качества, но и как символ высокой деловой репутации фирмы. Иметь зарегистрированную торговую марку становится не только престижным, но и необходимым.

Очень важен образ, который несут товарные знаки, т. к. они должны нести информацию, как о товаре, так и о фирме, ее профиле. Товарный знак важен для фирмы, ведь он помогает производителю выделить свой товар из массы однородных, противопоставить его товарам конкурентов, а покупателю – найти среди других именно этот товар



Unilever

L'ORÉAL

CH

CAROLINA HERRERA



D&G

DOLCE & GABBANA



Десять самых популярных ароматов 2015 года



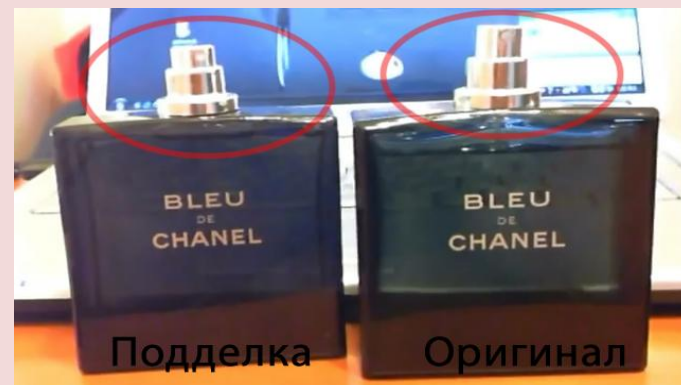
Экспертиза парфюмерных товаров

Товарная экспертиза – исследование и оценка экспертом основополагающих характеристик товаров, а также их изменений в процессе товародвижения для принятия решений, выдачи независимых и компетентных заключений которые служат конечным результатом. Экспертиза находит широкое применение в различных сферах, где требуется проведение экспертных исследований. При этом экспертиза отличается от научных и иных исследований тем, что ее результаты оформляются по определенной форме и используются для определенных юридических целей (доказательств, отказов и т.п.)



Фальсификация парфюмерной продукции

Фальсификация продукции существует в любой отрасли промышленности. Разумеется, не свободен от фальсификатов и рынок парфюмерной продукции. Появление на рынке продукции низкого качества, дешевые подделки неизвестных фирм и высокие цены товаров известных западных изготовителей привели к тому, что рынок столкнулся с проблемой безопасности парфюмерной продукции



ВНИМАНИЕ

Подделки





Благодарим за внимание!

