План курсовой работы по маркетингу

Глава 1 - Цифровая трансформация. Алгоритм стратегии цифровизации компании

Глава 2 - Особенности применения digital инструментов на рынке FMCG

Глава 3 - Исследование digital инструментов конкурентного рынка FMCG в России

Заключение

Список литературы (не менее 20 пунктов)

30 страниц