Др\_Анализ сбыта продукции

Стр\_66

Содержание

|  |  |
| --- | --- |
|  | Введение |
| 1 | Теоретические аспекты и основы процесса управления сбытом продукции |
| 1.1 | Сущность и содержание деятельности предприятия по реализации продукции |
| 1.2 | Процедура управления сбытовой деятельностью предприятия |
| 1.3 | Обоснование канальных сетей по распределению товара |
| 2 | Анализ сбыта продукции на примере АО  |
| 2.1 | Финансово-хозяйственная характеристика деятельности АО  |
| 2.2 | Анализ процесса сбыта продукции на предприятии |
| 2.3 | Анализ ассортиментной политики предприятия и каналов сбыта  |
| 3 | Рекомендации по модернизации управления сбытом продукции в АО «» |
| 3.1 | Практические аспекты стимулирования сбыта продукции в АО «» |
| 3.2 | Мероприятия по улучшению сбыта и расчёт их эффективности  |
|  | Заключение |
|  | Список использованной литературы |
|  |   |

# **Заключение**

Сбыт продукции выступает важной частью деятельности компаний в условиях рынка. Компания сможет рассчитывать на коммерческий успех лишь при условии разумно организованном сбыте продукции.

Под сбытом (сбытовой деятельностью) подразумевается комплекс мер продвижения готовой продукции на рынок (создание спроса, обработка и получение заказов, подготовка и комплектация продукции к отправке потребителям, отгрузка продукции на транспортные средства и транспортировка к месту назначения или продажи) и организацию расчета за нее (определение условий и реализация процедур расчета с покупателями за уже отгруженный продукт).

# **Список использованной литературы**

1. Пруэль Н., Меньшикова Г. Цупикова Л. Управленческие решения. - М.: Проспект, 2017. – 102 с.

2. Зверева А.О., Иванов Г.Г. Развитие торговых организаций в современной экономике. - М.: Дашков и К, 2018. – 160 с.

3. Депутатова Е.Ю., Ильюшенко С.Б., Зверева А.О. Коммуникативная политика розничных торговых предприятий. - М.: Дашков и К, 2018. – 144 с.

4. Захарова Ю.А. Методы стимулирования сбыта. - М.: Дашков и К, 2018. – 118 с.

5. Марн М.В., Регнер Э.В., Завада К.К. Ценовое преимущество. - М.: Альпина Паблишер, 2018. – 318 с.