Др\_ Управление товарной политикой предприятия на примере компании

Стр-75

[Введение](#_Toc461007027)

[1 Теоретические аспекты товарной политики предприятия](#_Toc461007028)

[1.1 Сущность и особенности товарной политики в маркетинговой деятельности предприятия](#_Toc461007029)

[1.2 Классификация элементов товарной политики](#_Toc461007030)

[1.3 Направления совершенствования товарной политики](#_Toc461007031)

[2 Управление товарной политикой предприятия на примере ТОО](#_Toc461007032)

[2.1 Характеристика деятельности предприятия](#_Toc461007033)

[2.2 Анализ товарной политики ТОО](#_Toc461007034)

[2.3 Достоинства и недостатки товарной политики ТОО](#_Toc461007035)

[3 Мероприятия по совершенствованию товарной политики](#_Toc461007036)

[3.1 Разработка стратегии совершенствования товарной политики ТОО](#_Toc461007037)

[3.2 Совершенствование сбытовой деятельности ТОО](#_Toc461007038)

[3.3 Оценка экономической эффективности внедряемых мероприятий](#_Toc461007039)

[Заключение](#_Toc461007040)

[Список использованной литературы](#_Toc461007041)

# Заключение

По результатам проведения исследовательской работы были получены следующие теоретические и практические выводы:

Товарная политика - комплекс действий, направленных на формирование эффективной производственной программы предприятия. Товарная политика неотъемлемо связана с планированием мероприятий, которые направлены на улучшение конкурентоспособности предприятия, соответственно, удовлетворения тех или иных потребностей, обеспечивая получения прибыли компании.

Основное назначение и задачи товарной политики заключается в обеспечении преемственности мер и решений по следующим аспектам производственной и сбытовой деятельности предприятия:

1) поиск приемлемых товарных ниш для выпускаемых товаров, осуществляемый посредством организации поисковых маркетинговых исследований;

2) обеспечение предпродажного обслуживания покупателей (клиентов);

3) формирование товарного ассортимента и его оперативная корректировка;

# Список использованной литературы

1. Belousov V.L. Assessment of the competitiveness of the company / / Belousov V.L. / / Marketing in Russia and abroad. - 2010. - № 6. - p. 109-119;
2. Dmitriev S.S. planning and sales forecasting / / Dmitriev S.S. / / Sales. - 2009. - № 2. - p. 60;
3. Gordeev D.S. Improving the competitiveness of enterprises in wholesale trade. / / Herald ITKOR № 1. - 2011. - 123 р.;
4. Literature1. Akulich M.V. Methods for analysis of marketing business / / Akulich M. / / Sales. - 2010. - № 1/2. - p. 13-20;
5. Matsuri Ju. Promotion / Matsuri Ju. / / Marketing, advertising and marketing. - 2014. - № 1. - p. 56.