Др\_Взаимодействие бизнес-процессов, логистики и маркетинга в структуре предпринимательства

Стр\_61

|  |  |
| --- | --- |
| **ВВЕДЕНИЕ1 Теоретические аспекты взаимодействия логистики и маркетинга в структуре предпринимательства** |  |
| **1.1 Сущность и значение логистики в структуре предпринимательства1.2 Роль маркетинга при реализации предпринимательских структур1.3 Взаимосвязь логистики и маркетинга в бизнес-процессах****1.4 Взаимодействие бизнес процессов логистики и маркетинга в структуре предпринимательства за рубежом 2 Анализ и оценка взаимодействия бизнес-процессов, логистики и маркетинга в структуре предпринимательства на примере ТОО**  |  |
| **2.1 Организационная характеристика деятельности компании2.2 Анализ и оценка логистической деятельности компании2.3 Анализ организации маркетинга в структуре предпринимательства3 Пути оптимизации взаимодействия бизнес-процессов, логистики и маркетинга в структуре предпринимательства на примере ТОО**  |  |
| **3.1 Основные направления совершенствования процесса взаимодействия бизнес-процессов, логистики и маркетинга компании** |  |
| **3.2 Экономическая эффективность мероприятий** |  |
| **ЗАКЛЮЧЕНИЕСПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ** |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В целом процесс формирования стратегии организации характеризуется тем, что одним из направлений деятельности является создание ресурсов и компетенций таким образом, чтобы результатом их взаимодействия стал фактор успеха.

Управленческий потенциал предприятия базируется на формировании ресурсов, его механизм основан на определенном сочетании его элементов, при этом важно определить, какие факторы способствуют его развитию и влияют на сбалансированность.

Эффективная работа маркетинга зависит от эффективного выбора организационной структуры. Это возможно, если роль и место служб маркетинга в компании четко и строго определено. Непосредственно этим всем занят руководитель маркетинговой службы.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Васильев А.А. Стратегический подход к разработке маркетинговой стратегии компании // Экономика и рынок. – 2018. – № 2. – С. 112–120.
2. Джонсон Дж. С. Современная логистика. — М., СПб.: Вильямс, 2019–615 с.
3. Смехов, А.А. Основы логистики. / А.А. Смехов. - М.: Юнити-Дана, 2018. – 196 с.
4. Стаханов, В.Н. Формирование логистических систем. / В.Н. Стаханов. - М.: Юнити-Дана, 2018. - 108 с.
5. Архипова, Л.В. Суть маркетинговой стратегии компании: учебное пособие / Л.В. Архипова, Б.В. Сребник. - М.: Экономика, 2019. - 293 с.