# Кр\_Товарная политика фирмы. Методы анализа и принципы разработки

[введение](#_Toc481519828)

[1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ ФИРМЫ](#_Toc481519829)

[1.1 Сущность и инструменты товарной политики. Условия разработки и осуществления](#_Toc481519830)

[1.2 Задачи товарной политики. Анализ жизненного цикла товара. Бюджет и контроль над товарной политикой](#_Toc481519831)

[2 Реализация товарной политики](#_Toc481519832)

[2.1 Основная характеристика компании и ее деятельности](#_Toc481519833)

[2.2 Реализация элементов товарной политики. Причины успеха](#_Toc481519834)

[Заключение](#_Toc481519835)

[список используемой литературы](#_Toc481519836)

# Заключение

Рыночный успех является главным критерием оценки деятельности отечественных предприятий, а их рыночные возможности предопределяются правильно разработанной и последовательно осуществляемой товарной политикой.

Товарная политика включает определенный курс действий товаропроизводителя или торгового посредника на основе наличия у него четко сформулированной программы действий на рынке.

Актуальность данной темы обусловливается тем, что любой фирме необходимо иметь и постоянно совершенствовать товарную политику, что позволит ей обеспечить устойчивую структуру ассортимента и стабильную прибыль. Товарная стратегия может включать три стратегических направления: вариацию, модификацию и инновацию.

При разработке товарной политики важно иметь стратегию производственно-сбытовой деятельности предприятия, базирующейся на миссии и цели фирмы, а также иметь четкое и ясное представление о ресурсах и перспективе компании. Разработке товарной политики предшествует мониторинг внутренней и внешней маркетинговой среды компании, т.к. она должна соответствовать современной рыночной ситуации. И даже в условиях нынешнего мирового экономического кризиса товарная политика решает ряд важных задач, т.к. в это время компании стараются экономить на всем, а хорошо разработанная товарная политика помогает ей принять необходимые решения особенно при экономии на издержках. Важную роль играет учет и управление жизненным циклом товара, который помогает не вкладывать впустую денежные ресурсы, а только на целенаправленные действия, связанные с введением, поддержанием или устареванием товара.

# список используемой литературы

1. Секерин, В.Д. Основы маркетинга: Учебное пособие / В.Д. Секерин. - М.: КноРус, 2013. - 232 c.
2. Баутов А. Н. Формирование и расчет оптимального ассортимента при случайном спросе// Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. - №3. – С.18 – 31.
3. Березина Е.А. Эффективные технологии управления жизненным циклом товара // автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. Санкт-Петербург, 2009.
4. Зотов В.В. Ассортиментная политика фирмы: Учеб.-практ. пособие. – М.: Эксмо, 2006.
5. Маркетинг в малом бизнесе. Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В. М.: Юнити-Дана, 2012. - 287 с.