Управление продажами

План

Введение

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖАМИ

1.1 Сущность и методы процесса управления продажами

1.2 Этапы и виды процесса продаж

1.3 Внешнее окружение фирмы

1.4 Ассортиментная политика предприятия

1.5 Маркетинговые инструменты

2. УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ НА ПРИМЕРЕ ТОО

2.1. История создания и характеристика деятельности ТОО

2.2 Исследование эффективности управления  продажами

2.3 Анализ деятельности конкурентов

2.4 Анализ потребителей

3 ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ  ПО УЛУЧШЕНИЮ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖАМИ В ТОО

3.1 Выявление проблем в процессе управления продажами

3.2 Рекомендации по улучшению внешней и внутренней среды предприятия

Заключение

Список использованной литературы

Приложения

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В. Маркетинговые коммуникации

2. Основы маркетинга: Учебное пособие для студентов вузов. Г.А. Васильева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005 –543с.

3. Л.П. Дашкова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2006. –304с.

4. Амблер Т. “Маркетинг от А до Я”, 1998. – 186с.

5. Лукасевич И.Я. Экономика предприятия. – М. 2007. – 67 с.

6. Бланк И.А. Финансовый менеджмент.Экслибрис, 2008. – 263 с.

7. Питерс Т., Уотермен Р. В поисках эффективного управления. М.:, 2008. – 93 с.

8. Барышева А.В. «Продажи на 100%» Питер, 2007. – 192 с.

9. Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С. Реклама: принципы и практика. – СПб: Питер, 2006 – 260с.

10. Добротворский И.Л. Практика продаж: справочное пособие по всем ситуациям в сбыте. 2006 – 163с.

11. Щербаков В.А., Приходько Е.А. М: Менеджмент. Учебное пособие. – М.: КноРус, 2007. – 189 с

12. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. 2-е изд. – М.: Финпресс, 2006 – 416с.

13. Голубков Е.П, А.М. Жандаров. Проблемы планирования и управления: Опыт системных исследований. – М.: Экономика, 2005 – 190с.

14. Лоусон Р. Поведение потребителей. Маркетинг. М. Бейкера. – 2002 , СПб

15. Балабанова Л. В. Оптовая торговля: маркетинг и коммерция. - М.: Экономика. 2005 г. - 150с.

16. Материалы для тренинга «Основы продаж и мерчендайзинга» – 2002 – 64с.

17. Мерчендайзинг: управление розничными продажами. – М.: Издательство Проспект, 2004 – 156с.

18. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы. - Финансы и статистика, 2007. – 145 с.

19. ( http://www.vlasnasprava.info/ru/business\_az.html) Бизнес от а до я.

20. Сайт компании web-master http://web-master.kz/

21. Черемесинов В. Системный подход к организации и управлению продажами в оптово-розничных компаниях

22. Фредерик Уэбстер, Основы промышленного маркетинга. М.: «Издательский Дом Гребенникова», 2005. – 416с.

23. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2001.

24. Основы предпринимательской деятельности: Маркетинг: Учебное пособие / Под ред. В.М. Власовой. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 240 с.

25. 5. Голубков Е.П. Основы маркетинга: Учебник. – М., Финпресс, 1999. – Часть I. Разд. 1.

26. 6. Дорошев В.И. Введение в теорию маркетинга: Учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2004. – Разд. 1

27. Куденко Н.В. Стратегический маркетинг. Учебник для вузов экономических специальностей. – М.: ИНФРА-М, 2003.

28. Кеворков В.В. Леонтьев С.В. Политика и практика маркетинга на предприятии. – Москва, 2004

29. Кинг У, Клиланд Д. Стратегическое планирование и хозяйственная политика / Пер. с англ. — М.: Прогресс, 1993

30. Любанова Т.П., Мясоедова Л.В., Олейникова Ю.Л. Стратегическое планирование на предприятии Ростов на-Дону 2005

31. Ассэль Генри. Маркетинг: принципы и стратегия: Учебник для вузов. – М.: ИНФРА-М, 2001.

32. Ансофф И., Новая корпоративная стратегия. СПБ.:Питер, 1999.

33. Виханский О. С., Стратегическое управление.- М.: Гардарика, 1998