**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И МЕНЕДЖМЕНТА ТЕХНОЛОГИЙ»**

**БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА**

**Факультет бизнеса**

**Кафедра бизнес-администрирования**

**Аннотация к дипломной работе**

**ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ СБЫТА ПРЕДПРИЯТИЯ В РАМКАХ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ**

**(НА ПРИМЕРЕ ‹‹ЛЕДБЕЛ››)**

ФУТ Дарья Игоревна

Руководитель

Мороз Максим Олегович

2015

Дипломная работа: 88 с., 33 табл., 12 рис., 34 источника, 4 приложения

финансы, финансовое состояние, финансовая устойчивость, СБЫТ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, платежеспособность, ликвидность, дебиторская задолженность

Объект исследования: ЧТПУП «ЛедБел».

Предмет исследования: организация сбыта предприятия в рамках его маркетинговой стратегии на примере ЧТПУП «ЛедБел».

Цель работы: Разработка программы по совершенствованию управления товарно-сбытовой деятельности в рамках его маркетинговой стратегии на примере ЧТПУП «ЛедБел».

Для достижения поставленной цели в работе ставятся следующие задачи:

- изучить теоретические основы управления сбытом;

- на основе фактических данных проанализировать и оценить сбытову политику предприятия.

Методы исследования: аналитический, графический, табличный.

Исследования и разработки: проанализировано организация сбыта предприятия в рамках его маркетинговой стратегии на примере ЧТПУП «ЛедБел».

Область возможного научного применения: основные выводы и предложения могут быть использованы в деятельности хозяйствующих субъектов в целях укрепления финансового состояния предприятия.

Автор подтверждает, что приведенный в работе расчетно-аналитический материал объективно отражает состояние исследуемого процесса (разрабатываемого объекта), все заимствованные из литературных и других источников теоретические и методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

Thesis: 88 p., 33 tab., 12 fig., 34 sources, 4 applications

FINANCE, FINANCIAL CONDITION, FINANCIAL SUSSTAINABILITI, MARKETING, COMPETITIVENESS, SOLVENCY, LIQUIDITY, RECEIVABLES

The object of study: CHTPUP «LedBel».

Subject of study: the marketing of the company as part of its marketing strategy on the example CHTPUP «LedBel».

Objective: Development of a program to improve the management of inventory and marketing activities as part of its marketing strategy on the example

CHTPUP «LedBel».

To achieve this goal the following tasks:

- explore theoretical basis of sales management;

- on the basis of the actual data to analyze and assess the marketing policy of the enterprise.

Methods: analytical, graphical, tabular.

Research and development: to analyze the marketing of the company as part of its marketing strategy on the example CHTPUP «LedBel».

Areas of possible scientific application: the main conclusions and suggestions can be used in the activities of economic entities, both to strengthen the financial condition of the company.

Author confirms that resulted in the settlement and analytical materials objectively reflects the state of the test process (developed object), all borrowed from literature and other sources of theoretical and methodological principles and concepts are accompanied by references to their authors.