

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Кафедра менеджмента и экономики социальной сферы

ЦЕВАН

Татьяна Александровна

**ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ
ЗАО «МОЛОДЕЧНОМЕБЕЛЬ»**

Аннотация к дипломной работе

Научный руководитель:
кандидат экономических наук,
доцент О.В.Домакур

Допущена к защите

«_____» _____ 2015 г.

Зав. кафедрой менеджмента и организации здравоохранения
кандидат экономических наук, доцент И.С. Полоник

Минск, 2016

АННОТАЦИЯ

Дипломная работа: 75 с., 7 рис., 15 табл., 51 источник, 5 прил.

ТОВАР, ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА, МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВАЯ ТОРГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ.

Объект исследования – предприятие по производству мебели ЗАО «Молодечномебель».

Предмет исследования – товарная политика предприятия ЗАО «Молодечномебель»

Цель работы: оценить состояние товарной политики ЗАО «Молодечномебель», а также разработать и обосновать рекомендации по ее совершенствованию.

Методы исследования: сравнительного анализа, группировок, экономико-математические, экспертных оценок и анкетирования.

Исследования и разработки: изучены перспективные направления развития товарной политики в мебельной промышленности, дана оценка потребительским свойствам товара и изучен спрос на продукцию; разработаны конкретные предложения по совершенствованию товарной стратегии в условиях современного рынка.

Технико-экономическая, социальная и(или) экологическая значимость: внедрение новой методики повысит объективность оценки удовлетворенности потребителей, усилит ориентацию СМК на требования потребителей.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

ANNOTATION

Thesis: 75 C., 7 pic., 15 tables, 51 sources, 5 Mgr.

THE GOODS, COMMODITY POLICY, MARKETING, MARKETING STRATEGY, MANAGEMENT SYSTEM, RANGE.

Object of research - the company on manufacture of furniture CJSC "Molodechnomebel".

Subject of research - product policy of the enterprise ZAO "Molodechnomebel"

Objective: to assess the state of product policy of ZAO "Molodechnomebel", and also to develop and substantiate the recommendations on its improvement.

Research methods: a comparative analysis, groups, economic-mathematical, expert assessments and surveys.

Research and development: we studied perspective directions of development of product policy in the furniture industry, the estimation of consumer properties of the goods and studied the demand for products; develop specific proposals for the improvement of product strategy in today's market.

Technical and economic, social and(or) ecological importance: introduction of the new method will increase the objectivity of estimation of satisfaction of consumers, strengthen the orientation of QMS to requirements of consumers.

The author proves that you are calculating and analytical material correctly and objectively reflects the state of the investigated process and all borrowed from literature and other sources of theoretical, methodological and methodical concepts accompanied by links to their authors.
