

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Кафедра менеджмента и экономики социальной сферы

ГУЦ

Ангелина Николаевна

**ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА ФПР «ПРОДТОВАРЫ» И
НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ В СИСТЕМЕ
УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

Аннотация к дипломной работе

Научный руководитель:
старший преподаватель,
О. Г. Черненко

Допущена к защите

« _____ » _____ 2018 г.

Зав. кафедрой менеджмента и экономики социальной сферы,
кандидат экономических наук, доцент Н.В. Манцурова

Минск, 2018

АННОТАЦИЯ

Дипломная работа: 69 с., рис. 8, табл. 11, источников 39, прил. 6.

ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА, ТОВАР, ПОТРЕБИТЕЛЬ,
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, ТОВАРНЫЙ АССОРТИМЕНТ,
УПРАВЛЕНИЕ, СТРАТЕГИЯ, СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ,
ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Объект исследования – магазин № 18 ФПР «Продтовары».

Предмет исследования – товарная политика магазина № 18 ФПР «Продтовары» в системе управления.

Цель работы: анализ товарной политики ФПР «Продтовары» и разработка направлений ее совершенствования в системе управления торговым предприятием.

Методы исследования: статистический, описательный, метод сравнения, логический и исторический анализ, позитивный и нормативный анализ, метод системного анализа, комплексного исследования.

Исследования и разработки: изучена сущность товарной политики, методы оценки решений в области товарной политики, роль товарной политики в разработке стратегии торгового предприятия. Проанализирована организационно-экономическая характеристика ФПР «Продтовары», основные направления товарной политики, системы управления товарной политикой, социальная политика ФПР «Продтовары». Разработаны модели повышения эффективности управления товарной политики магазина № 18, а также стратегии развития магазина № 18 на основе товарной политики.

.Технико-экономическая, социальная и (или) экологическая значимость: разработана стратегия для совершенствования товарной политики в системе управления торговым предприятием.

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

Diploma work: 68 p., fig. 8, tables 11, sources 39, app. 6.

PRODUCT POLICY, PRODUCT, CONSUMER, COMPETITIVENESS, PRODUCT RANGE, MANAGEMENT, STRATEGY, CONTROL SYSTEM, EFFICIENCY

Object of research – shop № 18 PRB «Food products».

Subject-matter of research – product policy shop № 18 PRB «Food products» in the control system.

The work purpose: analysis of commercial policy PRB "Food products" and the development of methods of its improvement in the system of trade enterprise management.

Research methods: statistical, descriptive, comparison method, logical and historical analysis, positive and normative analysis method of system analysis, integrated studies.

Researches and developments: the essence of commodity policy, methods of evaluation of decisions in the field of commodity policy, the role of commodity policy in the development of the strategy of the commercial enterprise are studied. The organizational and economic characteristics of PRB "Food products", the main directions of commodity policy, the system of management of commodity policy, social policy of PRB "Food products" are analyzed. The models of improving the management efficiency of the product policy of the store № 18, as well as the development strategy of the store № 18 on the basis of product policy.

Technical and economic, social and (or) ecological significance: a strategy for improving the product policy in the system of management of a trade enterprise has been developed.

The author of work confirms that the settlement and analytical material given in her correctly and objectively reflects a condition of the studied process, and all theoretical, methodological and methodical provisions and concepts borrowed from literary and other sources are followed by references to their authors.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абрютинa, М. С. Анализ финансово - экономической торговой деятельности предприятия : учебно - практическое пособие / М. С. Абрютинa, А. В. Грачев. – М. : Дело и сервис, 2014. – 464 с.
2. Афанасьев, А. А. Организация торговли : учебное пособие / А. А. Афанасьев. – Минск БГЭУ. - 2015. – 112 с.
3. Бендина, Н. В. Маркетинг : конспект лекций / Н. В. Бендина. – М. : Приор-издат, 2016. – 208 с.
4. Борисов, А. Б. Большой экономический словарь / А. Б. Борисов. – М. : Книжный мир, 2014. – 860 с.
5. Данченко, Л. А. Маркетинговое ценообразование : учебное пособие / Л. А. Данченко. – М. : Эксмо, 2016. – 464 с.
6. Демографический ежегодник Республики Беларусь : стат. сборник / Нац. стат. Комитет Респ. Беларусь; редкол.: И. В. Медведева (гл.ред.) [и др.]. – Минск, 2017. – 506 с.
7. Дихтель, Е. Практический маркетинг : учебное пособие / Е. Дихтель, Х. Хёршген. – М. : Высш. Шк. – 2014. – 260 с.
8. Дурович, А. П. Основы маркетинга : учебное пособие / А. П. Дурович. - М. : Новое знание, 2016. – 564 с.
9. Завьялов, П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах : учебное пособие / П. С. Завьялов. - М. : Инфора-М, 2016 - 537 с.
10. Зими́на, И. П. Роль маркетинга в управлении современным бизнесом / И. П. Зими́на // Управленческие науки, Управленческие науки. 2014. - № 1. - С. 48-51.
11. Зотов, В. В. Маркетинг по нотам : учебное пособие / В. В. Зотов. – М. : Маркет ДС, 2016. – 160 с.
12. Кабушкин, Н. И. Основы менеджмента : учебное пособие / Н. И. Кабушкин. М. : Новое знание, 2015. – 336 с.
13. Каращук, О. С. Перспективные направления развития собственной системы товародвижения торговых организаций / О. С. Каращук, А. В. Чибарев // Торгово-экономический журнал, Экономика и экономическая наука. - 2015. - № 1. - С. 31-40.
14. Комар, О. В. Товарная политика торгового предприятия потребительской кооперации / О. В. Комар // Вестник Белорусского государственного экономического университета, Экономика и экономические науки. – 2014. – № 2. – С. 55-62.
15. Котова, К. Ю. Комплексное развитие системы управления затратами в торговой организации / К. Ю. Котова, В. Г. Балеевский // Экономический

анализ: теория и практика, Экономика и экономические науки. - 2015. - № 40. - С. 34-54.

16. Котлер, Ф. Основы маркетинга [Электронный ресурс] / Ф. Котлер // Основные факторы макросреды функционирования фирмы. – Минск, 2017. – Режим доступа: http://polbu.ru/kotler_marketing/ch21_i.html. – Дата доступа: 23.01.2018.

17. Максимова, К. А. Оценка эффективности коммерческой деятельности предприятий розничной (оптовой) торговли / К. А. Максимова, В. Н. Дудко // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы, Экономика и экономические науки. - 2015. - № 8. - С. 99-102.

18. Михайлов, П. К. Проблемы ценообразования в розничной торговле / П. К. Михайлов // Управление продуктом, Экономические науки. - 2015. - №4. - с. 7.

19. Национальный статистический комитет Республики Беларусь / Официальная статистика // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/tseny/operativnaya-informatsiya_4/indeksy-potrebitelskih-tsen-por-respublike-belarus/. – Дата доступа: 22.02.2018.

20. Новикова, К. Ю. Практика маркетингового планирования / К. Ю. Новикова, А. И. Ковалев // Маркетинг, Экон. науки. – 2014. – № 6. – С. 39-58.

21. Организационная структура ФПР «Продтовары» на 01. 01. 2017.

22. Отчет о видах экономической деятельности организации» (форма 4-у) ФПР «Продтовары» за 2015 г.

23. Отчет о видах экономической деятельности организации» (форма 4-у) ФПР «Продтовары» за 2016 г.

24. Отчет о видах экономической деятельности организации» (форма 4-у) ФПР «Продтовары» за 2017 г.

25. Отчет о численности, составе и профессиональном обучении кадров (форма 1-т (кадры)) ФПР «Продтовары» за 2015 г.

26. Отчет о численности, составе и профессиональном обучении кадров (форма 1-т (кадры)) ФПР «Продтовары» за 2016 г.

27. Отчет о численности, составе и профессиональном обучении кадров (форма 1-т (кадры)) ФПР «Продтовары» за 2017 г.

28. Официальный сайт Белкоопсоюза [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bks.gov.by>. – Дата доступа: 23.01.2018.

29. Парамонова, Т. Н. Составляющие элементы системы маркетинговых коммуникаций / Т. Н. Парамонова, В. Ш. Бикулов // Маркетинг, Экон. науки. - 2014. - № 2. с. 49-53.

30. Регионы Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_8016/. – Дата доступа: 10.02.2018.

31. Розничная и оптовая торговля Республики Беларусь: стат. сборник / Нац. стат. Комитет Респ. Беларусь; редкол. И. В. Зиновский (гл. ред.) [и др.]. – Минск, 2017. – 191 с.

32. Соколова, М. Принципы оптимальной ассортиментной политики : учеб. по / М. Соколова. – М. : Мастерство, 2015. – 352 с.

33. Сысолятин, А. В. Методы анализа товарной политики компании [Электронный ресурс] / А. В. Сысолятин // Журн. Наука. – 2016. – № 4. – Режим доступа: <http://nauka-rastudent.ru/16/2536/>. – Дата доступа 28.01.2018.

34. Тарелко, В. В. Обоснование стратегических решений по товарной политике предприятия / В. В. Тарелко // Маркетинг: идеи и технологии, Эк-ка и м-г. – 2015. – № 4. – С. 9-14.

35. Толстяков, Р. Р. Детерминанты маркетинговой деятельности в рамках бизнес-ориентации предприятия / Р. Р. Толстяков, Р. Г. Гучетль // Социально-экономические явления и процессы, Эк. науки. 2014. - № 7. - С. 69-75.

36. Трошева, И. Роль маркетинга в управлении инновационной деятельностью малых и средних промышленных предприятий / И. Трошева // Проблемы теории и практики управления, Эк. науки. - 2014. - № 6.- С. 95-105.

37. Харитонова, О. Секрет успешных продаж: баланс ассортимента / О. Харитонова // Новости торговли, Эк-ка торговли. – 2014. – № 12. – С. 70-74.

38. Шульц, Д. Е. Новая парадигма маркетинга: Интегрированные маркетинговые коммуникации / Д. Е. Шульц, С. И. Танненбаум, Р. Ф. Лаутерборн // Бренды и брендинг. – Россия : Рос. гос. библ., 2014. – 234 с.

39. Якунина, Ю. С. Оптовая торговля: современные проблемы и перспективы развития / Ю. С. Якунина, А. В. Змиенко // Торгово-экономические проблемы регионального бизнес пространства, Экономика и эк. науки. - 2015. - № 1. - С. 248-251.