Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/376642>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Коммерция

ВВЕДЕНИЕ 3

1. Теоретические аспекты формирования ассортимента продукции на современных предприятиях 4

1.1. Понятие и сущность формирования ассортимента 4

1.2. Элементы и методы управления качеством продукции 7

2. Анализ ассортиментной политики и качества изделий из нетрадиционного сырья на примере ООО «Лемон» 10

2.1. Общая характеристика ассортимента предприятия 10

2.2. Предложение мер по улучшению ассортиментной политики 19

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 22

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 23

Актуальность данной темы заключается в том, что если фирма не имеет ассортиментной стратегии, это приводит к зыбкости состава предложения из-за влияния случайных или закономерных факторов, утрате контроля над конкурентоспособностью и коммерческой выгодой продуктов.

Объект работы – ООО «Лемон».

Предмет работы – управление ассортиментом ООО «Лемон».

Цель работы – выполнить анализ ассортиментной политики предприятия ООО «Лемон» и разработать направления ее совершенствования с целью повышения эффективности деятельности предприятия.

Целью объясняются задачи ВКР:

рассмотреть сущность ассортиментной политики, этапы формирования;

проанализировать стратегию ассортимента на примере компании;

предложить меры по его усовершенствованию.

Работа включает введение, две главы, заключение и список литературы.

В первой главе рассматриваются теоретические аспекты управления ассортиментом предприятия.

Во второй главе анализируется ассортиментная политика ООО «Лемон».

Для раскрытия темы были использованы пособия в области экономики предприятия, ресурсы Интернет.

1. Теоретические аспекты формирования ассортимента продукции на современных предприятиях

1.1. Понятие и сущность формирования ассортимента

Ассортимент продукции — это относительно легкий плод для бизнеса, который уже занял нишу для определенного типа продукта. Вместо того, чтобы создавать что-то совершенно новое, чтобы привлечь больше клиентов, просто нужно придумать вариации существующего продукта. Это может быть так же просто, как добавить дополнительные функции для создания премиум-версии.

Тщательный анализ ассортимента продукции обеспечивает основу для целевых корректировок для увеличения продаж с учетом бизнес-целей, каналов продаж и требований. Основные усилия направлены на переоценку и оптимизацию ассортимента продукции с точки зрения рентабельности и потребительского спроса.

Акулов В.Б. Теория организаций. – М.: Юнити Дана, 2019. – 337 с.

Ансофф И. Стратегическое управление. – М.: Экономика, 2019. – 512 с.

Бланк И.А. Торговый менеджмент. – М.: Юнити-Дана, 2018. – 782 с.

Бланк И.А. Управление торговым предприятием. – М.: Инфра-М, 2022. – 601 с.

Бердников В. Основы бизнес – анализа [Текст]. – М.: КНОРУС, 2018. – 495 с.

Бобров Ю.Г. Розничная торговля. – М.: Лаборатория книги, 2018. – 226 с.

Голова А.Г. Управление продажами [Текст]. – М.: Дашков и К, 2019. – 277 с.

Глинн Дж. Стратегия бизнеса. – Новосибирск: РАН, 2019. – 313 с.

Голов Р.С. Экономика и управление на предприятии. – М.: Дашков и К, 2018. – 400 с.

Дашков Л.П. Организация, технология и проектирование предприятий в торговле. – М.: Дашков и К, 2017. – 456 с.

Золотогоров В. Г. Товарное проектирование. – Мн.: Книжный Дом, 2019. – 288 с.

Ларионова И.К. Стратегическое управление. – М.: Дашков и К, 2019. – 274 с.

Маленков Ю. А. Новые методы менеджмента. – СПб.: Книжник, 2018. – 239 с.

Памбухчианц О.В. Организация торговли. – М.: Дашков и К, 2019. – 294 с.

Сергеев И. Экономика организаций (предприятий): Учебник для ВУЗов. – М.: Проспект, 2019. – 343 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/376642>