СОДЕРЖАНИЕ

|  |  |
| --- | --- |
| Введение | 5 |
| 1. Теоретические основы управления ассортиментной политикой организации | 8 |
| 1.1 Факторы, влияющие на решения по управлению ассортиментной политикой организации | 8 |
| 1.2 Понятие, сущность и роль ассортиментной политики в деятельности организации | 16 |
| * 1. Методы оценки ассортиментной политики организации
 | 21 |
| 2 Анализ управления ассортиментной политикой организации ООО «ТД Альском» | 26 |
| 2.1 Организационно – экономическая характеристика организации ООО «ТД Альском» | 26 |
| 2.2 Анализ внешней и внутренней среды ООО «ТД Альском» | 34 |
| 2.3 Анализ существующей ассортиментной политики организации ООО «ТД Альском» | 39 |
| 3 Разработка направлений совершенствования ассортиментной политики организации ООО «ТД Альском» | 45 |
| 3.1 Направления и рекомендации по повышению эффективности ассортиментной политики ООО «ТД Альском» | 45 |
| 3.2 Экономическое обоснование предложенных рекомендаций | 47 |
| Заключение | 52 |
| Список используемой литературы | 54 |
| Приложение А. Методика проведения АВС-анализа | 58 |
| Приложение Б. Должностная инструкция «Маркетолога» | 59 |

ВВЕДЕНИЕ

Ассортиментная политика компании – это совокупность задач, целей и экономики компании при формировании ассортимента. Основой ассортиментной политики является планирование продукции и продаж. Основой ассортиментной политики является планирование продукции и продаж. Она определяет экономический успех предприятия при реализации продукции на рынке.

Суть планирования, формирования и управления ассортиментом заключается в том, чтобы обеспечить своевременное представление производителями определенного набора товаров, который соответствует общему профилю их производственной деятельности и наилучшим образом отвечает требованиям покупателей данной категории.

 Актуальность выпускной квалификационной работы заключается в том, что на сегодняшний день в России насчитывается более 2 770 млн. предприятий, и каждое из них выживает и процветает благодаря тому, что более эффективно, в сравнении с конкурентами, удовлетворяет запросы определенных групп потребителей. Для этого менеджерам торговых предприятий приходится принимать сложные решения, касающиеся разработки стратегий, выбора и формирования торгового ассортимента, вопросов ценообразования, продвижения и представление товаров в магазине. Это совокупность действий, предпринимаемые торговыми предприятиями для удовлетворения потребностей покупателей и влияния на их решения о покупке, и составляет предмет управления торговым ассортиментом.

В современных экономических условиях ассортиментная политика важная часть общей стратегии торговли, она позволяет гибче подходить к удовлетворению потребностей покупателей.

Объектом исследования является Общество с ограниченной ответственностью ООО «ТД Альском».

Предметом исследования является управление ассортиментной политикой организации ООО «ТД Альском».

Целью дипломной работы является оценка управления существующей ассортиментной политикой в организации ООО «ТД Альском» и разработка рекомендаций по повышению ее эффективности.

Целью определяются задачи, которые необходимо решить в рамках данной работы:

1. Раскрыть теоретические основы управления ассортиментной политики организации;
2. Проанализировать экономические результаты деятельности
ООО «ТД Альском»;
3. Выполнить анализ ассортиментной политики организации
ООО «ТД Альском»;
4. Разработать рекомендации по повышению эффективности ассортиментной политике ООО «ТД Альском»;
5. Рассчитать экономический эффект от предлагаемых мероприятий.