Совершенствование инструментов маркетинга в организации оптовой торговли

1 вариант

Введение

1. Теоретические основы использования инструментов маркетинга в организации оптовой торговли

1.1 Направления использования инструментов маркетинга в организации оптовой торговли

1.2 Экономические аспекты использования инструментов маркетинга в оптовой торговли

2. Анализ деятельности ООО

2.1 Организационно-экономическая характеристика деятельности ООО

2.2 Анализ экономической эффективности деятельности компании с учетом использования инструментов маркетинга

3. Разработка направлений совершенствования инструментов маркетинга в организации оптовой торговли компании ООО

3.1 Программа совершенствования инструментов маркетинга для ООО

3.2 Расчет экономической эффективности предложенных рекомендаций

Заключение

Список использованной литературы

2 вариант

Введение

1. Теоретические основы использования инструментов маркетинга в организации оптовой торговли

1.1 Сущность, цели и задачи маркетинга в организации оптовой торговли

1.2 Направления использования инструментов маркетинга в организации оптовой торговли

1.3 Направления совершенствования использования инструментов маркетинга в оптовой торговли

2. Анализ деятельности ООО

2.1 Организационно-экономическая характеристика деятельности ООО

2.2 Анализ маркетинговой среды предприятия

2.3 Анализ использования инструментов маркетинга

3. Разработка направлений совершенствования инструментов маркетинга в организации оптовой торговли компании ООО

3.1 Направления совершенствования инструментов маркетинга для ООО

3.2 Программа совершенствования инструментов маркетинга для ООО

3.3 Расчет экономической эффективности предложенных рекомендаций

Заключение

Список использованной литературы