Процессы управления конкурентоспособностью организации

План

Введение

1 Теоретические аспекты конкурентоспособности предприятия

1.1 Сущность и экономическое содержание конкурентоспособности предприятия

1.2 Информационное обеспечение определения конкурентоспособности предприятия

2 Анализ информационной базы для определения конкурентоспособности

2.1 Общая характеристика деятельности предприятия

2.2 Анализ конкурентоспособности

2.3 Использование маркетинговой информации при оценке уровня конкуренции

3 Пути повышения конкурентоспособности предприятия

Заключение

Список использованных источников

Приложение

# **Список использованных источников**

1. Кричевский Р.Л. Если Вы руководитель. – М.: Дело ЛТД, 1993. – 375 с.
2. Мильнер Б.З. Теория организаций. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 336 с.
3. Семь нот менеджмента. – М.: ЗАО «Журнал Эксперт», 1998. – 424 с.
4. Белобрагим, В.Я. Региональная экономика: проблемы качества / В.Я. Белобрагим. – М. : АСМС, 2001. – С. 26.
5. Лунев, В.Л. Управление зарубежной промышленной фирмой : курс лекций / В.Л. Лунев. – Новосибирск, 1995. – 110 с.
6. Галькович Р.С., Набоков В.И. Основы менеджмента. – М.: ИНФРА-М, 1998. –189 с.
7. Комаров М.А. Менеджмент. –М.: ИНФРА-М, 1998. – 351 с.
8. Гельвановский, М.И. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях // Экономический журнал. – 1998. – № 3. – С. 67–68.
9. Герчикова И.Н. Менеджмент. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 763 с.
10. Гузков, И. Тенденции изменения конкурентоспособности продукции / И. Гузков, Н. Типова // Маркетинг. – 1997. – № 1. – С. 20 – 34.
11. Бовэ К.Л., Аренс Ч.Ф. Современная реклама. «Довгань», - Тольятти, 1999.
12. Веленто В.И., Осипова Г.Т. Договор лизинга: Учебное пособие. - Гродно, 1997.
13. Виханский О.С., Наумов А.Н. Менеджмент. М.: «Высшая школа», 1994.
14. Данько Т.П. Управление маркетингом: Учебник / Т.П. Данько. – М.: ИНФРА – М., 2001.
15. Завгородняя А.В., Мотышина М. С. Хозяйственные ситуации и деловые игры по маркетингу: Сборник задач. - Л.: Изд-во МФЭИ. 1990.
16. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: Анализ, планирование, внедрение, контроль. – Изд. 2-е, испр. – СПб.: Питер Ком, 1999.
17. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: «Дело2, 1997.
18. Мартынова О.К. Контроль качества на предприятии // Приложение к журналу «Стандарты и качество». – 2008. - № 5. – С. 35 – 43.
19. Песоцкая Е.В. Маркетинг услуг. – СПб.: Издательство «Питер», 2000.
20. Портер М. Международная конкуренция. Пер. с англ. / Ред. В.И. Щетинина. М.: Межд. отн., 1993.
21. Синецкий Б.И. Основы коммерческой деятельности. - М.: Юрист, 1998.
22. Тлеубердинова А. Т. Цены и ценообразование: Учебное пособие. Караганда: Изд-во КарГУ, 2002.