**Кр\_Структура и функционирование Бенчмаркетинга**

**Стр-44**

[Введение](#_Toc513051293)

[Глава 1 Теоретические аспекты бенчмаркинга, как метода маркетинговых исследований](#_Toc513051294)

[1.1. Понятие и сущность бенчмаркинга](#_Toc513051295)

[1.2. Цели, задачи и виды бенчмаркинга](#_Toc513051296)

[1.3 Этапы развития и принципы бенчмаркинга](#_Toc513051297)

[Глава 2 Процесс формирования бенчмаркинга](#_Toc513051298)

[2.1 Факторы, определяющие процесс формирования бенчмаркинга](#_Toc513051299)

[2.2 Составляющие этапов формирования бенчмаркинга](#_Toc513051300)

[2.3 Классификация бенчмаркинга, применяемая](#_Toc513051301) на предприятии

[Глава 3 Процедура совершенствования бенчмаркинга в условиях современного рынка товаров и услуг](#_Toc513051302)

[3.1 Развитие бенчмаркинга на предприятии](#_Toc513051303)

[3.2 Определение позитивного и негативного влияния бенчмаркинга](#_Toc513051304)

[3.3 Рекомендации по совершенствованию бенчмаркинга](#_Toc513051335)

[Заключение](#_Toc513051336)

[Список литературы](#_Toc513051337)

# Заключение

Бенчмаркинг развивает и расширяет методологию анализа конкурентоспособности. Такой анализ сводится к сравнению деятельности своей компании с результатами конкурентов. Так же он предусматривает сравнительный анализ их продукции, затрат и технологией, экономических и финансовых показателей, отношений с клиентами и поставщиками.

Применение инструментов бенчмаркингана предприятии дает различные преимущества: возможность преодолеть застой в руководстве, указать на их неточное представление о положении дел; предоставляет организации сигналы раннего предупреждения об отставании; открывает новые технологии и методы управления организацией; создает культуру непрерывного усовершенствования и т.д.

Список литературы

1 Келлер К.Л., Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент//Издательство: Питер, 2018. -848 с.

2 Игрунова О.М. Маркетинговые исследования// Издательство: Питер, 2017. -224 с.

3 Форл Б., Пруэтт П., Борнстайн Дж. Руководство по составлению бизнес-планов// Издательство: Альпина Паблишер, 2017. -258 с.

4 Сенаторов А. Контент-маркетинг / Издательство: Альпина Паблишер, 2018. -160 с.

5 Сендеров Д.В. Маркетинговые коммуникации// Издательство: Питер, 2017. -496 с.