

Философова, Татьяна Георгиевна.

Конкуренция и конкурентоспособность: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Менеджмент» (080500), «Экономика» (080100) / Т.Г. Философова, В.А. Быков; под ред. Т.Г. Философовой. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - 271 с. I. Быков, Вячеслав Арсеньевич.

*Рассматриваются проблемы трансформации конкуренции на современных мировых рынках и использования новых моделей управления * конкурентоспособностью. В основе пособия — четкое, системное, методически выверенное изложение теоретических основ конкуренции. Отражены научно-методологические и практические вопросы, связанные с проблемами управления конкурентоспособностью на мировых товарных рынках, теорией и практикой продвижения товаров, оценкой конкурентоспособности в стратегических решениях, менеджментом конкурентов способности нового товара и др.*

Для студентов, обучающихся по направлениям «Менеджмент», «Экономика», а также для преподавателей, аспирантов, научных сотрудников, слушателей системы переподготовки и повышения квалификации, специалистов и руководящих работников, бизнесменов и предпринимателей.

Оглавление

Введение

Глава 1. Конкуренция и конкурентоспособность: основные понятия,
сущность

1.1 Конкуренция и конкурентоспособность как экономические категории.

Роль и характер конкуренции в рыночной экономике

1.2.Конкурентоспособность страны в системе современных
мирохозяйственных связей

1.3.Конкурентоспособность и конкурентные стратегии

1.4.Конкурентоспособность товара. Предложение и спрос как элементы
конкурентного товарного рынка

1.5.Основные цели и принципы управления конкурентоспособностью товара.
Маркетинговые аспекты

Глава 2.Теоретические основы менеджмента конкурентоспособности нового
товара

2.1. Основы теории цикличности научно-технического развития

2.2. Инновационный процесс как объект менеджмента
конкурентоспособности товара. Классификация инноваций

2.3. Особенности взаимодействия жизненных циклов технологии, товара

Глава 3. Организационные основы менеджмента конкурентоспособности
новых товаров

3.1. Основные стратегии инновационного развития предприятия

3.2. Организационные формы менеджмента конкурентоспособности новых
товаров

3.3. Организационно-методические аспекты интенсификации
инновационного цикла

3.4. Состав и основные задачи службы обеспечения конкурентоспособности
и качества на промышленной фирме

Глава 4. Особенности формирования конкурентоспособности новых товаров на современных рынках

- 4.1. Этапы процесса разработки и коммерциализации нового продукта, их цели и особенности
- 4.2. Особенности отбора вариантов новых товаров
- 4.3. Научно-техническая конкурентоспособность новых товаров, модель ее формирования
- 4.4. Ценовая конкурентоспособность нового товара и конкурентные стратегии

Глава 5. Проблемы оценки конкурентоспособности

- 5.1. Показатели конкурентоспособности на стадиях жизненного цикла товара. Качество товара
- 5.2. Формирование моделей дифференциальной, комплексной и интегральной оценки конкурентоспособности товара
- 5.3. Обобщенная оценка конкурентоспособности фирмы на товарных рынках

Глава 6. Проблемы и перспективы конкурентоспособного развития экономики

- 6.1. Инновационный потенциал и его влияние на конкурентное развитие отраслей экономики
- 6.2. Инновационные контуры мировой экономики в ближайшей и дальней перспективах
- 6.3. Концептуальные подходы к сценарию формирования конкурентоспособного потенциала отраслей отечественной экономики

Библиографический список