

Оглавление

Введение

РАЗДЕЛ I. Конкуренция: сущность, виды, принципы, методы

Глава 1. Общая характеристика понятия «конкуренция»

- 1.1. Предмет, формы, функции и виды конкуренции
- 1.2. Конкуренция — движущая сила развития национальной экономики
- 1.3. Классификация определений понятия «конкуренция»
- 1.4. Классификация видов конкуренции по М. Портеру
- 1.5. Классификация движущих сил конкуренции
- 1.6. Правила ведения бизнеса в условиях конкуренции

РАЗДЕЛ II. Теоретические и методологические основы оценки и прогнозирования конкурентоспособности товара

Глава 2. Теоретические вопросы оценки и прогнозирования конкурентоспособности товара

- 2.1. Характеристика понятийного аппарата
- 2.2. Понятие услуги, отличительные характеристики и критерии ее оценки
- 2.3. Понятие, сущность и способы оценки конкурентоспособности товара
- 2.4. Систематизация методов оценки конкурентоспособности товара, их достоинства и недостатки
- 2.5. Принципы формирования системы управления конкурентоспособностью товара
- 2.6. Жизненный цикл товара — важный параметр оценки уровня его конкурентоспособности
- 2.7. Факторы, обуславливающие уровень конкурентоспособности товаров и услуг
- 2.8. Качество — важнейшая характеристика конкурентоспособности товара
- 2.9. Системы всеобщего управления качеством

2.10. Пути повышения конкурентоспособности товаров и услуг

Глава 3. Прогнозирование в системе оценки конкурентоспособности товара

3.1. Основные термины, категории и понятия

3.2. Типология прогнозов

3.3. Основные принципы построения системы прогнозирования конкурентоспособности товара

3.4. Параметрическое описание прогноза, этапы его разработки

3.5. Классификация методов прогнозирования

3.6. Различия в системах прогнозирования и планирования конкурентоспособности

3.7. Виды необходимой прогнозной информации

3.8. Выбор метода прогнозирования

3.9. Практические иллюстрации к использованию методов прогнозирования

РАЗДЕЛ III. Научно-практические основы оценки конкурентоспособности предприятия

Глава 4. Проблемы оценки конкурентоспособности предпринимательской структуры

4.1. Конкурентоспособность предприятия как экономическая категория

4.2. Целеполагание в системе управления конкурентоспособностью предприятия

4.3. Основные функции, реализуемые в системе управления конкурентоспособностью предприятия

4.4. Проблемные вопросы оценки уровня конкурентоспособности предприятия

4.5. Методы анализа конкурентоспособности предприятия

4.6. Применяемые методы оценки конкурентоспособности предприятия

4.7. Основные пути повышения уровня конкурентоспособности предприятия

Глава 5. Теоретические основы формирования системы

управления конкурентоспособностью предприятия

- 5.1. Этапы эволюции рынка и соответствующие им конкурентные стратегии
- 5.2. Концентрация рынка — важная характеристика уровня конкурентоспособности предприятий
- 5.3. Классификация характеристик понятия «конкурентоспособность предприятия» и его ключевых факторов
- 5.4. Формулирование понятия «конкурентоспособность предприятия»
- 5.5. Принципы формирования конкурентных преимуществ предприятия
- 5.6. Принципы построения системы оценки уровня конкурентоспособности предприятия
- 5.7. Инфраструктура системы определения конкурентоспособности предприятия и показатели оценки ее элементов
- 5.8. Современные инструменты обеспечения конкурентоспособности предприятия
- 5.9. Ключевые факторы успеха в конкурентной борьбе
- 5.10. Принципы обоснования выбора ключевых показателей эффективности
- 5.11. Ключевые показатели оценки эффективности функционирования предприятия

Глава 6. Методологические основы формирования системы управления конкурентоспособностью предприятия

- 6.1. Рациональные сочетания жизненных циклов товар— предприятие—рынок
- 6.2. Методика сбора информации о конкурентах
- 6.3. Формирование контингента альтернативных поставщиков на основе процессного подхода

- 6.4. Методики оценки потенциалов поставщиков на основе многокритериального подхода
- 6.5. Концепция формирования системы управления сбытом на предприятии
- 6.6. Оценка сбытового потенциала предприятия
- 6.7. Оптимизация кадрового потенциала высшего учебного заведения
- 6.8. Методика оценки кадрового потенциала предприятия на основе стоимостной оценки
- 6.9. Стоимость бизнеса — интегральная оценка уровня конкурентоспособности предприятия
- 6.10. Методика определения интегральной оценки конкурентоспособности предприятия
- 6.11. Понятие «конкурентный статус предприятия»
- 6.12. Формулирование понятия «стратегия»
- 6.13. Этапы формирования конкурентной стратегии
- 6.14. Выбор конкурентной стратегии развития предприятия
- 6.15. Основные этапы реализации конкурентной стратегии
- 6.16. Методические основы принятия решений в системе управления конкурентоспособностью предприятия
- 6.17. Компромиссные решения в системе принятия управленческих решений
- 6.18. Методы оценки экономической эффективности принятия управленческих решений

РАЗДЕЛ IV. Теория и методология оценки конкурентоспособно предприятий, участвующих в конкурсных торгах

Глава 7. Научно-практические проблемы планирования, организации и проведения торгов в форме конкурсов

- 7.1. Роль механизма конкурсных торгов в наиболее полном удовлетворении предприятий необходимыми ресурсами

7.2. Целеполагание в системе планирования, организации и проведения конкурсных торгов

7.3. Проблемы использования нормативно-правовой базы осуществления закупок товаров по конкурсу

Глава 8. Теоретические основы формирования системы

планирования, организации и проведения конкурсных торгов

8.1. Понятийный аппарат, используемый в системе проведения конкурсных торгов

8.2. Принципы построения системы торгов (закупок), осуществляемых в форме конкурсов

8.3. Классификация торгов (конкурсов), их достоинства и недостатки

8.4. Инфраструктура системы планирования и проведения конкурсных торгов

Глава 9. Методические основы формирования системы

планирования, организации и проведения конкурсных торгов

9.1. Методические документы по определению эффективности закупок товаров в России

9.2. Основные этапы и критерии оценки и отбора наиболее конкурентоспособного поставщика

9.3. Методы оценки и выбора наиболее конкурентоспособного поставщика по результатам конкурсных торгов

9.4. Выбор предприятия-поставщика с помощью метода эталонных значений критериев

9.5. Выбор наиболее конкурентоспособного поставщика на основе методики многоцелевого анализа

9.6. Выбор наиболее конкурентоспособного поставщика с помощью метода анализа иерархий

9.7. Рекомендуемая система планирования конкурсных закупок

9.8. Методика создания электронной торгово-закупочной площадки,

специализированной на продаже товаров по конкурсу

9.9. Основные отличия системы электронной торговли по конкурсу
от традиционной формы

9.10 Конкурентные преимущества, получаемые участниками
электронных конкурсных торгов

ЗАКЛЮЧЕНИЕ БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК