

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра экономического управления организацией

**Е.В. Чмышенко**

# **УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ**

**Методические указания**

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Оренбургский государственный университет» для обучающихся по образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 38.04.01 Экономика

Оренбург  
2018

УДК 005.93(076.5)

ББК 65.291.21я7

Ч-74

Рецензент – кандидат экономических наук М.В. Самсонова

**Чмышенко, Е.В.**

**Ч-74**

Управление конкурентоспособностью : методические указания / Е.В. Чмышенко; Оренбургский гос.ун-т. – Оренбург: ОГУ, 2018. – 26 с.

В данных методических указаниях представлены общие сведения о содержании контрольной работы, даны рекомендации по структуре работы и пояснения по содержанию каждого раздела работы, а также предложена примерная тематика работ и перечень рекомендуемой литературы.

Методические указания предназначены для выполнения контрольных работ по дисциплине «Управление конкурентоспособностью» магистрантами, обучающихся по направлению подготовки 38.04.01 Экономика.

УДК 005.93(075.5)

ББК 65.291.21я7

© Чмышенко Е.В., 2018

© ОГУ, 2018

## Содержание

Введение .....	4
1 Реализация компетентного подхода .....	5
2 Общие сведения о содержании контрольной работы.....	5
3 Содержание контрольной работы.....	6
3.1 Введение .....	6
3.2 Теоретический раздел.....	7
3.3 Аналитический раздел.....	8
4 Выбор темы контрольной работы.....	18
4.1 Примерная тематика контрольных работ.....	18
4.2 Примерный план контрольной работы .....	20
Список использованных источников .....	21
Приложение А (справочное) Рекомендуемая литература.....	22

## Введение

Контрольная работа – это итоговый предзачетный этап в изучении дисциплины «Управление конкурентоспособностью».

Цель изучения дисциплины заключается в формировании теоретических знаний и основных практических навыков в области принятия стратегических управленческих решений на основе оценки конкурентоспособности различных объектов с целью обеспечения их конкурентоспособности.

Контрольная работа выполняется с целью:

- закрепления теоретических знаний, полученных магистрантами в процессе изучения дисциплины;
- систематизации, расширению теоретических и практических знаний;
- применения этих знаний при решении производственных вопросов;
- развития навыков самостоятельной работы над специальной экономической литературой;
- овладения методикой исследования.

Цель предлагаемых методических указаний - помочь организовать работу магистранта наиболее эффективным способом, обеспечивающим глубокое усвоение знаний по выбранной проблеме и логичное их изложение в работе.

Поставленная цель достигается посредством решения следующих задач:

- определения основных этапов самостоятельной работы магистранта;
- рассмотрения на примерах структуры и содержания контрольной работы;
- изложения основных требований к написанию и оформлению контрольной работы;
- предложения ряда тем для написания контрольной работы;
- формулировки основного перечня научной литературы, полезной в ходе организации студентами самостоятельной работы.

Данные методические указания были составлены с учетом требований ФГОС ВПО по направлению подготовки 38.04.01 - Экономика (квалификация (степень) «Магистр»).

## **1 Реализация компетентного подхода**

В рамках реализации дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

– ОПК-3 способность принимать организационно-управленческие решения предполагает знание видов организационно-управленческих решений в области обеспечения конкурентоспособности. Умение формировать собственное суждение в отношении объемов и методов работ. Владение способностью синтезировать полученную информацию для принятия решения в рамках эффективного управления конкурентоспособностью;

– ПК-8 способность готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне предполагает знание подходов, методов прикладной статистики, экспертных оценок, теории принятия решений и экономико-математического моделирования. Умение проводить оценку конкурентоспособности различных объектов.

– ПК-9 способность анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов предполагает знание методов сбора и обработки экономико-статистической информации из различных источников. Умения работать с реальными экономическими числовыми и нечисловыми данными и выделять показатели, характеризующие экономическую проблему. Владение навыками создания моделей экономических ситуаций, исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере конкурентоспособности на основе собранной по экономическим показателям информации.

## **2 Общие сведения о содержании контрольной работы**

Контрольная работа является одним из видов самостоятельной работы магистрантов, она выполняется в соответствии с рабочей программой дисциплины «Управление конкурентоспособностью» и служит для развития

необходимых магистранту навыков практического использования изученного на лекционных занятиях материала.

Контрольная работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- задание;
- содержание;
- введение;
- теоретический раздел;
- характеристику предприятия с анализом системы управления конкурентоспособностью объекта исследования;
- раздел по разработке мероприятий по совершенствованию системы управления конкурентоспособностью объекта исследования;
- заключение;
- список использованных источников;
- обозначения и сокращения (при необходимости);
- приложения.

### **3 Содержание контрольной работы**

#### **3.1 Введение**

Во введении коротко рассматриваются основные тенденции изучения и развития выбранной проблемы, анализируется ее существующее состояние, обосновывается теоретическая и практическая актуальность. В обязательном порядке должны быть четко сформулированы цель и задачи исследования, определены его объект, охарактеризована теоретическая и эмпирическая база исследования.

Объем введения 1 страница машинописного текста.

### 3.2 Теоретический раздел

Теоретическая часть контрольной работы имеет целью показать знание магистрантами существа вопроса и умение работать с научной и учебной литературой, она предусматривает формулировку основных понятий, касающихся проведения исследований, раскрытие их социально-экономического содержания.

В данном разделе отображается сущность управления конкурентоспособностью какого-либо объекта, понятие конкурентоспособности, рассматриваются проблемы управления конкурентоспособностью объекта в рамках выбранной темы и с учетом отраслевых особенностей изучаемого предприятия.

Целесообразно начинать изложение рассматриваемой проблемы с проведения краткой оценки степени ее изученности, рассмотреть вопросы, которые к настоящему времени теоретически и практически решены. Большое значение имеет правильная трактовка используемых понятий, их точность и научность. Употребляемые термины должны быть общепринятыми либо приводиться со ссылкой на автора.

Теоретическая часть контрольной работы выполняется на основе изучения имеющейся отечественной и зарубежной научной и специальной экономической литературы по рассматриваемой проблеме, законодательных и нормативных материалов, статьям в специализированных журналах и сети Интернет.

Кроме того, автор может рассмотреть основные методы, методики и инструменты исследования и анализа данных с целью их последующего применения на практике.

Теоретические положения, сформулированные в первом разделе, должны стать исходной научной базой для выполнения последующих глав работы.

Раздел должен завершаться обобщающим выводом (резюме).

Примерный объем главы – 5-7 страниц машинописного текста.

### 3.3 Аналитический раздел

#### 3.3.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

Вторая глава – аналитическая часть контрольной работы. В этом разделе следует охарактеризовать современное состояние предприятия по следующим направлениям:

- 1) организационно-правовая форма и организационная структура объекта исследования;
- 2) основные виды деятельности предприятия;
- 3) кадровый состав, например:

Таблица 1 - Анализ обеспечения трудовыми ресурсами\*

Показатели	Численность, чел.		Процент обеспеченности
	план	факт	
Среднесписочная численность персонала, чел., в т.ч.			
руководители			
специалисты			
рабочие			
младший обслуживающий персонал (МОП)			
охрана			

\*Показатели таблицы могут быть изменены с учетом специфики деятельности предприятия (организации)

- 4) основные виды выпускаемой продукции, работ или услуг;
- 5) основные экономические показатели деятельности предприятия за три последних года (таблица 2):

Таблица 2 – Основные экономические показатели деятельности предприятия \_\_\_\_\_

наименование предприятия

Показатели	Годы			Темп роста, %		
	20__ (предшествующий предыдущему)	20__ (предыдущий)	20__ (отчётный)	20__ от 20__ гг. (предыдущего о от предшествующего)	20__ от 20__ гг. (предыдущего го к предшествующему)	20__ от 20__ гг. (отчетного к предыдущему)
1	2	3	4	5	6	7
1 Выручка, тыс.руб.						
2 Полная себестоимость продаж (включая управленческие и коммерческие расходы), тыс.руб.						
3 Чистая прибыль, тыс.руб.						
4 Материальные затраты, тыс. руб.						
5 Затраты на рубль выручки, руб.						
6 Рентабельность продукции, %						

Базовая информация, необходимая для выполнения анализа деятельности предприятия за три года содержится в его отчетности и различных документах.

К ним относятся:

- организационная структура предприятия;
- бухгалтерский баланс;
- отчет о финансовых результатах;
- прочие формы бухгалтерской отчетности в разрезе выбранной темы.

б) уровень конкурентоспособности продукции (работ, услуг), предприятия, персонала и т.п., в зависимости от целей исследования. Рекомендации по проведению оценки конкурентоспособности объекта рассмотрены в п. 3.3.2.

### 3.3.2 Анализ системы управления конкурентоспособностью объекта

Управление конкурентоспособностью представляет собой процесс, осуществляемый высшим руководством предприятия с помощью специально уполномоченных лиц и структурных подразделений, который включает в себя выполнение следующих основных функций [3].

- анализ информации о состоянии рынка и определение стратегических целей в отношении конкурентоспособности продукции и предприятия;

- декомпозиция стратегических целей и выработка стратегий обеспечения качества и сокращения издержек (затрат на производственных и постпроизводственных стадиях жизненного цикла изделия);

- планирование выручки (дохода), уровня качества и себестоимости продукции, определение параметров безубыточного производства продукции (объема производства и реализации продукции по определенной цене);

- определение конкурентоспособности продукции (экономической эффективности производства продукции) и сравнение ее с критериями, установленными для среднепромышленного, среднеотраслевого и внутриотраслевого уровней и/или определенными для конкретных конкурентов;

- планирование и реализация мероприятий по обеспечению и повышению конкурентоспособности продукции (товаров, работ, услуг) и предприятия;

- принятие и реализация решений о корректировке стратегий и/или выделении дополнительных (перераспределение существующих) ресурсов с целью приобретения и/или создания новых конкурентных преимуществ продукции и/или предприятия;

- анализ степени достижения поставленных целей по обеспечению качества, сокращению издержек на стадиях жизненного цикла продукции, совершенствованию организации.

Общая схема управления конкурентоспособностью продукции и предприятия представлена на рисунке 1.

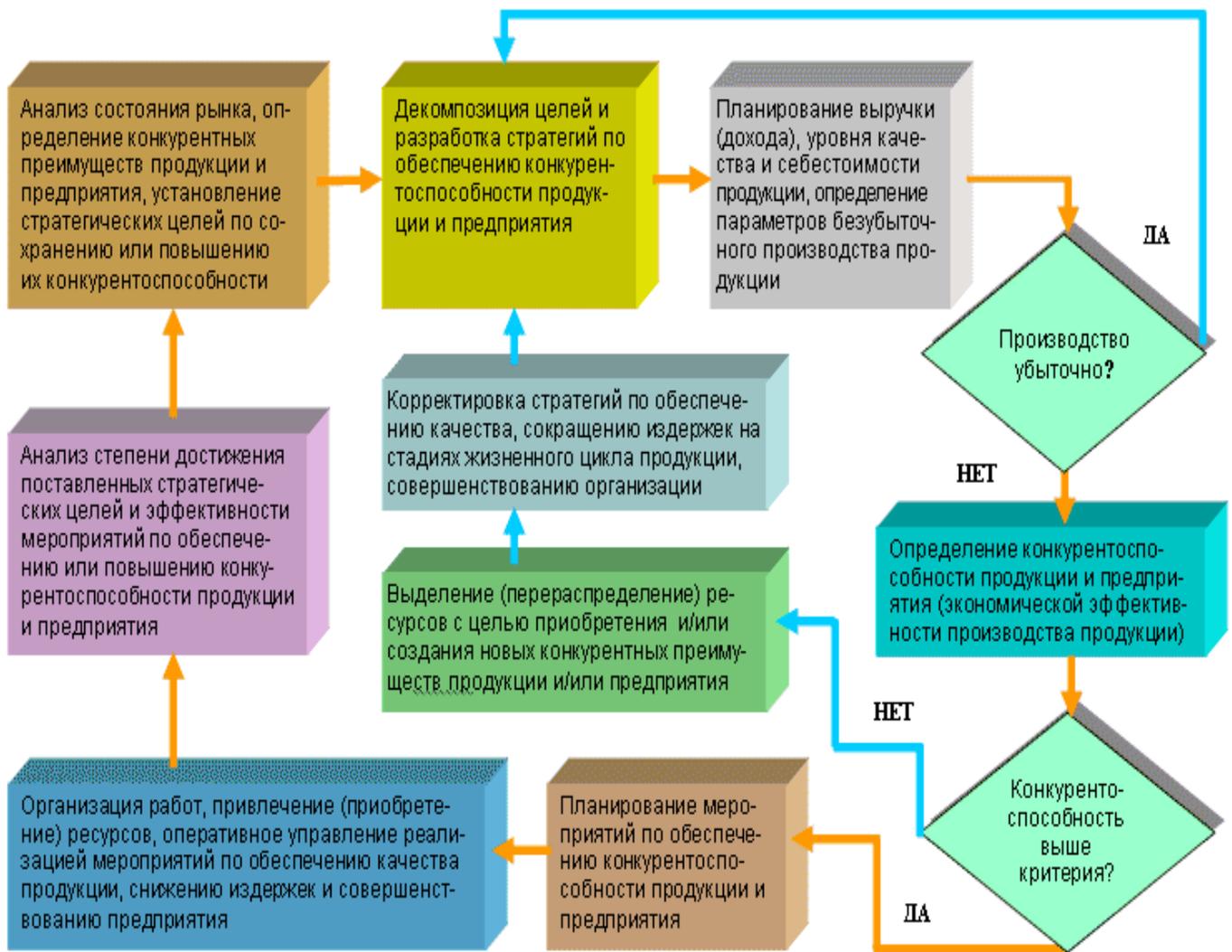


Рисунок 1 – Общая схема управления конкурентоспособностью продукции и предприятия

Анализ системы управления конкурентоспособностью предприятия предполагает анализ основных элементов этой системы:

- качество планирования деятельности по обеспечению конкурентоспособности;
- качество организации производства, труда, учета, анализа, контроля;
- качество системы мотивации;
- качество выполнения процессов;
- качество управленческих решений: скорость реакции на изменения во внешней среде, время принятия решения, качество и скорость обратной связи.

Анализ может проводиться как с помощью показателей эффективности отдельных элементов системы (например, сравнение плановых и фактических показателей выпуска продукции, производительность труда, оборачиваемость оборотных средств, количество брака и др.), так и с помощью экспертных методов.

Все имеющиеся данные необходимо подвергнуть предварительной проверке и сортировке, чтобы, с одной стороны, на их основе можно было делать достоверные и обоснованные выводы, с другой стороны, чтобы не обрабатывать ненужную, не касающуюся данной темы информацию.

Среди методов анализа конкурентоспособности можно выделить следующие:

- 1) горизонтальный анализ, или анализ тенденций, при котором показатели сравниваются с такими же за другие периоды;
- 2) вертикальный анализ, при котором исследуется структура показателей путем постепенного спуска на более низкий уровень детализации;
- 3) факторный анализ – анализ влияния отдельных элементов конкурентоспособности предприятия на общие экономические показатели;
- 4) сравнительный анализ – сравнение исследуемых показателей с аналогичными среднеотраслевыми или с аналогичными показателями конкурентов.

Можно использовать методы экспертных оценок, которые основаны на обобщении мнений специалистов-экспертов о вероятностях риска. Интуитивные характеристики, основанные на знаниях и опыте эксперта, дают в ряде случаев достаточно точные оценки. Экспертные методы позволяют быстро и без больших временных и трудовых затрат получить информацию, необходимую для выработки управленческого решения.

Среди экспертных методов оценки конкурентоспособности предприятия можно использовать следующие:

- 1) оценка с позиции сравнительных преимуществ;
- 2) оценка с позиции теории равновесия;
- 3) оценка исходя из теории эффективности конкуренции;

- 4) оценка на базе качества продукции;
- 5) профиль требований;
- 6) профиль полярностей;
- 7) матричные методы (BCG, ADL/LC, эластичности конкурентной реакции и др.);
- 8) SWOT-анализ;
- 9) построение «гипотетического многоугольника конкурентоспособности»;
- 10) метод «4P» и др.

Оценку конкурентоспособности продукции (товара, работ, услуг) можно провести следующими методами:

- функциональных карт;
- позиционирования;
- индексным;
- «радара» и др.

По результатам проведенного анализа необходимо сделать соответствующие выводы об изменении того или иного показателя. Выводы должны раскрывать причины изменения показателей и содержать заключение автора о влиянии этих изменений на состояние объекта исследования.

По результатам анализа деятельности предприятия и определения уровня конкурентоспособности конкретного объекта необходимо оценить качество системы управления конкурентоспособностью на предприятии.

В завершение магистрант должен сделать собственный вывод о состоянии (проблемах, преимуществах и возможностях) предмета исследования на предприятии.

Объем второй главы – 10-12 страниц.

### **3.4 Мероприятия по совершенствованию системы управления конкурентоспособностью**

Завершающей частью контрольной работы является предложение мер по совершенствованию системы управления конкурентоспособностью на

предприятию с учетом выводов, сделанных на основе анализа теории и практической ситуации.

Конкретное содержание конструктивного раздела определяется темой контрольной работы и может представлять собой, например, план мероприятий, направленных на:

- повышения качества продукции (работ, услуг) и/или ее дифференциации;
- внедрение системы контроллинга;
- анализ деятельности с использованием системы сбалансированных показателей;
- совершенствование стратегического планирования или управления;
- разработка конкурентных стратегий;
- совершенствование организации производства или реализации, или труда и т.п.;
- совершенствование системы (политики) ценообразования;
- совершенствование системы маркетингового управления;
- внедрение новых технологий (производственных, организационных или управленческих) и другое.

Также необходимо провести оценку целесообразности предлагаемых решений и охарактеризовать перспективы внедрения мероприятий на исследуемом предприятии. Для этого нужно :

- рассчитать величину затрат, необходимых на внедрение проекта;
- определить экономическую (социальную) эффективность от внедрения мероприятия или мероприятий, предложенных автором;
- сделать соответствующие выводы.

Третий раздел по названию может совпадать с темой контрольной работы и должен содержать не менее 5-8 страниц.

### 3.5 Заключение

В заключении контрольной работы следует подвести итоги проделанной работы, в сжатой форме сформулировать основные выводы и рекомендации, вытекающие из результатов проведенного исследования. Заключение следует писать в виде тезисов. В нем должно быть отражено выполнение тех задач, которые были поставлены автором во введении.

В данном разделе не рекомендуется повторять актуальность темы, излагать теоретические положения общего характера, а также переносить выводы уже сформулированные во втором и третьем разделах. Не рекомендуется, также, формулировать предложения в виде лозунгов: *создавать конкурентные преимущества, эффективно управлять конкурентоспособностью и т.п.*

Объем – 1 страница.

### 3.6 Составление списка использованных источников

После заключения принято помещать список использованных источников.

Список должен содержать не менее 15 источников.

Каждый включенный в такой список источник должен иметь отражение в тексте работы.

Сведения об источниках в списке допускается располагать:

- в алфавитном порядке;
- по разделам (по мере использования);
- по видам источников (например: законы, постановления, справочники, учебники, статьи).

### 3.7 Текущий контроль и защита работы

Текущий контроль исполнения работы в соответствии с графиком, осуществляется преподавателем. На выполнение работы отводится 9 учебных недель. Примерный график выполнения контрольной работы приведен в таблице 3.

Таблица 3 – График выполнения курсовой работы

Этапы выполнения работы	Срок выполнения
Разработка и утверждение плана курсовой работы, введение	I неделя
Обзор литературы по выбранной теме	II неделя
Теоретический раздел: охарактеризовать объект исследования, как экономическую категорию с точки зрения различных авторов; рассмотреть нормативное и законодательное регулирование, предложить методики обработки и анализа информации	III, IV неделя
Второй раздел: изучение организационной структуры предприятия, основных экономических показателей, определение уровня конкурентоспособности объектов, оценка качества управления конкурентоспособностью на предприятии	V, VI неделя
Третий раздел: предложения по совершенствованию управления конкурентоспособностью предприятия на основе использования различных методов и принципов	VII, VIII неделя
Оформление графической части и списка использованных источников, заключение. Передача работы на проверку	IX неделя

Работа должна быть передана на проверку руководителю до начала экзаменационной сессии.

Проверка работы осуществляется:

1) по формальному признаку – соответствие работы требованиям оформления. С требованиями по оформлению письменных работ можно ознакомиться на сайте ОГУ, пройдя по ссылке [http://www.osu.ru/docs/official/standart/standart\\_101-2015\\_.pdf](http://www.osu.ru/docs/official/standart/standart_101-2015_.pdf);

2) по содержанию – соответствие содержания выбранной теме, уровень проработанности проблемы, качество и полнота анализа проблемы, обоснованность предлагаемых мероприятий.

По результатам проверки руководителем могут быть сделаны замечания и даны рекомендации. Контрольная работа предъявляется к защите после устранения замечаний, если таковые были сделаны. Если у руководителя нет замечаний по оформлению и содержанию работы, она сразу может быть предъявлена к защите.

Во время защиты студент кратко докладывает основные вопросы, разработанные в ходе выполнения контрольной работы, и отвечает на вопросы и замечания. Защита оформляется зачетом с соответствующей оценкой.

### **Критерии оценки защиты контрольной работы.**

Результаты защиты контрольной работы определяются оценками «зачтено» и «не зачтено». Оценка «зачтено» означает успешное прохождение аттестационного испытания.

Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил теоретический материал по теме контрольной работы, успешно справился с целями и задачами поставленными в работе, не затрудняется с ответом на вопросы преподавателя о теоретической сущности предмета исследования, владеет навыками и приемами выполнения практических задач и может доказать целесообразность их использования. В конструктивной части работы представил, обоснованное анализом, решение поставленной проблемы и может аргументированно доказать свою точку зрения.

Оценка «незачтено» выставляется студенту, который не знает значительной части теоретического материала, отвечая на вопросы преподавателя, допускает существенные ошибки, не может обосновать выбранные методы и приемы для выполнения практической части и аргументированно доказать свою точку зрения в решении поставленной проблемы в конструктивной части работы.

## **4 Выбор темы контрольной работы**

Выбор темы работы магистрантом осуществляется в соответствии с порядковым номером по списку или после консультации с преподавателем, ведущим курс «Управление конкурентоспособностью». Магистрантом может быть предложена своя тема с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки.

Повторяться темы в группе не должны.

Если одна и та же тема выбрана несколькими магистрантами, то ведущий преподаватель может оставить ее только за теми магистрантами, которые наиболее аргументировано обосновали свой выбор. Остальным предлагается подобрать другую тему.

При выборе темы магистрант должен учитывать свои научные интересы и практические возможности использования информации предприятия (организации), по материалам которой будет подготавливаться контрольная работа. Целесообразно учитывать интересы этого предприятия, а также перспективу написания выпускной квалификационной работы.

### **4.1 Примерная тематика контрольных работ**

1 Управление конкурентоспособностью на основе использования инструментов маркетинга (выбрать один/два инструмента: сегментирование, позиционирование, распределение, продвижение, бренд-стратегия, бенчмаркинг и др).

2 Управление конкурентоспособностью на основе использования (внедрения) системы сбалансированных показателей.

3 Повышение конкурентоспособности на основе внедрения (совершенствования) системы управления проектами.

4 Управление качеством продукции (работ, услуг) в системе управления конкурентоспособностью.

5 Повышение конкурентоспособности на основе совершенствования внедрения системы менеджмента качества.

6 Совершенствование процесса разработки стратегий предприятия (организации) с целью повышения конкурентоспособности.

7 Совершенствование (внедрение) стратегического планирования деятельности предприятия (организации) как инструмент управления конкурентоспособностью.

8 Повышение конкурентоспособности на основе совершенствование организации производства (деятельности).

9 Повышение конкурентоспособности на основе внедрения (совершенствование) системы контроллинга на предприятии.

10 Управление конкурентоспособностью персонала.

11 Повышение конкурентоспособности на основе управления товарным ассортиментом.

12 Повышение конкурентоспособности на основе совершенствования политики ценообразования.

13 Повышение конкурентоспособности на основе управления распределением продукции (товара, работ, услуг).

14 Управление конкурентоспособностью на основе формирования конкурентных преимуществ.

15 Обеспечение конкурентоспособности предприятия на основе внедрения (совершенствование) процессного управления.

16 Обеспечение конкурентоспособности на основе совершенствования стратегического управления.

17 Обеспечение конкурентоспособности на основе совершенствования стратегического планирования.

18 Обеспечение конкурентоспособности на основе совершенствования системы планирования деятельности предприятия.

19 Повышение конкурентоспособности на основе совершенствования информационно-аналитического обеспечения деятельности.

20 Совершенствование организационной структуры предприятия (организации) как фактор обеспечения конкурентоспособности.

21 Совершенствование процесса реализации стратегий предприятия (организации) с целью повышения конкурентоспособности.

22 Совершенствование контроля реализации стратегий предприятия (организации) с целью повышения конкурентоспособности.

23 Совершенствование системы маркетингового управления с целью повышения конкурентоспособности.

24 Разработка системы стратегических целей и совершенствования системы целеполагания.

25 Совершенствование отбора поставщиков и налаживание взаимовыгодных отношений с ними.

#### **4.2 Примерный план контрольной работы**

Тема : Управление конкурентоспособностью на основе использования инструментов маркетинга

Введение

1 Применение инструментов маркетинга в управлении конкурентоспособностью

2 Оценка современного состояния ООО «Агентство «Пресса» (организационно-экономическая характеристика предприятия и оценка уровня его конкурентоспособности)

3 Повышение конкурентоспособности ООО «Агентство «Пресса» на основе применения сегментации и позиционирования

Заключение

Список использованных источников

Приложение А Организационная структура предприятия

Приложение Б Бухгалтерская отчетность за 2016-2017 гг.

## Список использованных источников

- 1 СТО 02069024.101 – 2015 Стандарт организации. Работы студенческие. Общие требования и правила оформления. – Введ. 2015-12-28. – Оренбург : ОГУ, 2015. – 89 с.
- 2 СТО 02069024.110 – 2008 Издания для образовательного процесса. Общие требования и правила оформления. – Введ. 2009-10-30. – Оренбург : ОГУ, 2011. – 74 с.
- 3 Фатхутдинов, Р. А. Управление конкурентоспособностью организации: учебник / Р.А. Фатхутдинов. – 3-изд. – М.: Изд-во «Эксмо», 2008. – 544 с. – ISBN 5-699-05104-X.
- 4 Теория и практика оценки конкурентоспособности : учебное пособие / Е. Чмышенко, О. Лазарева, Е. Чмышенко, Н. Бондарчук ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». – Оренбург : Агентство «Пресса», 2013. – 150 с. – Библиогр. В кн. ; То же [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_viewred&book\\_id=259360](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_viewred&book_id=259360).
- 5 Конкурентоспособность и ее место в стратегии маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.bp-arkadia.ru/publication29/>
- 6 Конкурентоспособность [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.center-yf.ru/data/Marketologu/Konkurentosposobnost.php>

# Приложение А

(справочное)

## Рекомендуемая литература

### Основная литература

1 Российская Федерация. Законы. О защите конкуренции : федеральный закон : [принят Гос. Думой 08 июл. 2006 г. : с изм. Внесенными 18 июл. 2009 г.]. // Федеральная антимонопольная служба / Сайт зарегистрирован Россохранкультурой в качестве средства массовой информации. Регистрационное свидетельство Эл № ФС77-24394 от 15 мая 2006 г. – Режим доступа: [http://www.fas.gov.ru/legislative-acts/legislative-acts\\_9498.html](http://www.fas.gov.ru/legislative-acts/legislative-acts_9498.html)

2 Мазилкина, Е. И. Управление конкурентоспособностью : учеб. пособие / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина. – 3-е изд., стер. – Москва : Омега-Л, 2009. – 326 с. : ил. – (Высша школа менеджмента). – Слов. Терминов: с. 321-325. – Библиогр. В конце гл. – ISBN 978-5-370-01233-4.

3 Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учеб. пособие для вузов / И. М. Лифиц .- 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Высшее образование ; : Юрайт-Издат, 2009. – 461 с. – (Основы наук). – Прил.: с. 440-449. – Библиогр.: с. 451-460. – ISBN 978-5-9692-0464-5.

4 Царев, В. В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология : учеб. пособие / В. В. Царев, А. А. Кантарович, В. В. Черныш . – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 800 с. – (Magister). – Библиогр.: с. 782-795. – ISBN 978-5-238-01439-5.

5 Философова, Т. Г. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность : учеб. пособие для студ. Вузов, обучающихся по направлениям «Менеджмент» (080500), «Экономика» (080100) / Т. Г. Философова, В. А. Быков ; под ред. Т. Г. Философовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 295 с. : ил.. – Библиогр.: с. 291-293. – ISBN 978-5-238-01452-4.

6 Еремеева, Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг : учеб. пособие для вузов / Н. В. Еремеева, С. Л. Калачев . – Москва : КолосС, 2006. – 192 с. : ил.. – (Учебники и учебные пособия для высших учебных заведений). – Библиогр.: с. 189. – ISBN 5-9532-0283-2.

7 Девяткин, Е. А. Социальные основы конкурентоспособности организации: учебное пособие [Электронный ресурс] / Е.А. Девяткин. – Москва: Евразийский открытый институт, 2011. – 63 с. – Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93211>

8 Немогай, Н. В. Конкурентоспособность предприятия. Ответы на экзаменационные вопросы [Электронный ресурс] / Н.В. Немогай. – Минск: ТетраСистемс, 2010. – Режим доступа: 112 с. <http://www.biblioclub.ru/book/78423/>

9 Миронов, Д. В. Управление конкурентоспособностью [Электронный ресурс] / Д.В. Миронов. – Москва: Лаборатория книги, 2010. – 97 с. – Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/book/89592/>

10 Павлова А. А. Качество и конкурентоспособность [Электронный ресурс] / А.А. Павлов. – Москва: Лаборатория книги, 2010. – 152 с. – Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/book/97141/>

11 Фатхутдинов, Р. А. Стратегическая конкурентоспособность : учебник для вузов / Р. А. Фатхутдинов . – Москва : Экономика, 2005. – 504 с. – (Высшее образование). – Библиогр.: с. 498. – ISBN 5-282-02457-8.

12 Лапыгин, Ю. Н. Стратегический менеджмент : учеб. пособие / Ю. Н. Лапыгин, Д. Ю. Лапыгин. – Москва : Эксмо, 2010. – 431 с. : ил. – (Новое экономическое образование). – Библиогр.: с. 402-406. – Прил.: с. 425-430. – ISBN 978-5-699-35358-3.

13 Стратегический менеджмент. Основы стратегического управления : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М. А. Чернышева . – Ростов-на-Дону : Феникс, 2009. – 508 с. : ил.. – (Высшее образование). – Библиогр.: с. 493-507. – ISBN 978-5-222-14513-5.

14 Виханский, О. С. Стратегическое управление : учебник / О. С. Виханский .- 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Экономистъ, 2008. – 296 с. – (Homo Faber). – Библиогр.: с. 292. – ISBN 978-5-98118-055-2.

15 Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок = Market-driven management : стратегический и операционный маркетинг: учебник / Ж.-Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг .- 2-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2010. – 710 с. – (Классика MBA). – Парал. Тит. Л. Англ. – Библиогр.: с. 701-718. – ISBN 978-5-91180-294-3.

16 Любанова, Т. П. Стратегическое планирование на предприятии : учеб. пособие для вузов / Т. П. Любанова, Л. В. Мясоедова, Ю. А. Олейникова .- 2-е изд., перераб. И доп. – Москва : МарТ, 2009. – 393 с. – (Экономика и управление). – Библиогр.: с. 371-375. – Прил.: с. 376-390. – ISBN 5-241-00604-4.

17 Маленков, Ю. А. Стратегический менеджмент : учеб. для вузов / Ю. А. Маленков . – Москва : Проспект, 2009. – 224 с. : ил.. – Библиогр.: с. 223-224. – ISBN 978-5-392-00156-9.

18 Мельников, В. П. Управление качеством : учебник / В. П. Мельников, В. П. Смоленцев, А. Г. Схиртладзе; под ред. В. П. Мельникова.- 5-е изд., стер. – Москва: Академия, 2009. – 347 с. : ил. – (Среднее профессиональное образование. Машиностроение). – Слов. Терминов: с. 327-339. – Библиогр.: с. 340-341. – ISBN 978-5-7695-6650-9.

19 Михарева, В. А. Стратегический маркетинг : учеб. пособие для вузов / В. А. Михарева. – Минск : Изд-во Гревцова, 2009. – 204 с. : ил. – Прил.: с. 195-199. – Библиогр.: с. 200-203. – ISBN 978-985-6826-60-6.

20 Иванов, И. Н. Организация производства на промышленных предприятиях : учеб. пособие / И. Н. Иванов . – Москва: ИНФРА-М, 2009. – 352 с. – (Высшее образование). – Библиогр.: с. 346-347. – ISBN 978-5-16-003118-7.

21 Управление проектами : учеб. пособие / И. И. Мазур [и др.] .- 5-е изд., перераб. – Москва : Омега – Л, 2009. – 960 с. : ил.. – (Современное бизнес-образование). – Библиогр. В конце разделов. – ISBN 978-5-370-00538-1.

22 Попов, Ю. И. Управление проектами : учеб. пособие / Ю. И. Попов, О. В. Яковенко. – Москва: ИНФРА-М, 2010. – 208 с. – (Серия учебников для программы MBA (Master of Business Administration)). – Библиогр.: с. 197. – Глоссарий : с. 198-204. – ISBN 978-5-16-002337-3.

23 Экономика организации (предприятия, фирмы) : учеб. для вузов / под ред. Б. Н. Чернышева, В. Я. Горфинкеля. – Москва : Вузовский учебник, 2010. – 535 с. – (Вузовский учебник). – Библиогр.: с. 525-528. – ISBN 978-5-9558-0120-9.

24 Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности : учеб. пособие / Г. В. Савицкая. – 4 изд., испр. И доп. – Москва: ИНФРА-М, 2009. – 288 с. – (Вопрос – ответ). – Библиогр.: с. 281-283. – ISBN 978-5-16-002748-7.

25 Максименко, Г. Б. Менеджмент : учеб. пособие для вузов / Г. Б. Максименко. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К, 2008. – 364 с. – Библиогр.: с. 354-357. – ISBN 978-5-91131-975-5.

26 Друкер, П. Ф. Практика менеджмента = The Practice of Management : учеб. пособие: пер. с англ. / П. Ф. Друкер. – Москва : Вильямс, 2009. – 398 с. – Парал. Тит. Л. Англ. – Библиогр.: с. 396-397. – ISBN 978-5-8459-0085-2.

27 Мескон, М. Х. Основы менеджмента = Management / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – 3-е изд. – Санкт-Петербург : Вильямс, 2009. – 672 с. – Парал. Тит. Л. Англ. – Словарь терминов : с. 638-650. – Предм. Указ.: с. 655-665. – ISBN 978-5-8459-1060-8.

28 Котлер, Ф. Основы маркетинга = Marketing Essentials : крат. курс: пер. с англ. / Ф. Котлер. – Москва: Вильямс, 2008. – 647 с. : ил. – Парал. Тит. Л. Англ. – Прил.: с. 622-642. – Предм. Указ.: с. 643-646. – ISBN 978-5-8459-0376-1.

29 Ивашкова, Н. И. Управление маркетингом : учеб. пособие / Н. И. Ивашкова. – Москва : Форум, 2010. – 176 с. – Библиогр.: с. 171-173. – ISBN 978-5-91134-388-0.

30 Контроллинг : учеб. для вузов / под ред. А. М. Карминского, С. Г. Фалько. – 2-е изд., дораб. – Москва : Финансы и статистика : ИНФРА-М, 2009. – 336 с. – Прил.: с. 321-335. – ISBN 978-5-279-03420-8. – ISBN 978-5-16-003743-1.

31 Фалько, С. Г. Контроллинг для руководителей и специалистов / С. Г. Фалько. – Москва: Финансы и статистика, 2008. – 271 с. – Прил.: с. 206-266. – Библиогр.: с. 267-268. – ISBN 978-5-279-03249-5.

## **Интернет-ресурсы**

- 1 Эксперт: <http://expert.ru/>
- 2 Экономист: [.http://www.economist.com.ru/archive.htm](http://www.economist.com.ru/archive.htm)
- 3 Экономика и управление: [.http://emj.spbume.ru/](http://emj.spbume.ru/)
- 4 Вопросы экономики: <http://www.vopreco.ru/>
- 5 Российский экономический журнал: <http://www.re-j.ru/>
- 6 Проблемы рыночной экономики: [.http://wp.market-economy.ru/](http://wp.market-economy.ru/)
- 7 Российская экономика: прогнозы и тенденции: <http://id.hse.ru/journals>
- 8 Проблемы теории и практики управления: <http://www.uptp.ru/>
- 9 Менеджмент в России и за рубежом: <http://www.mevriz.ru/>
- 10 Маркетинг в России и за рубежом: <http://www.mavriz.ru/>
- 11 Маркетинг и маркетинговые исследования: <http://www.grebennikoff.ru/product/3>
- 12 Проблемы теории и практики управления: <http://www.uptp.ru/>
- 13 Экономические стратегии: [http://www.inesnet.ru/es\\_magazine/](http://www.inesnet.ru/es_magazine/)
- 14 Проблемы прогнозирования: <https://ecfor.ru/nauchnye-izdaniya/problemy-prognozirovaniya/arhiv-nomerov/>
- 15 Публичная Электронная Библиотека: <http://lib.walla.ru/>
- 16 Электронная библиотека IQlib: <http://www.iqlib.ru/>
- 17 Научная библиотека МГУ имени М.В. Ломоносова: <http://nbmgu.ru/>
- 18 Всероссийский Бизнес-форум: <http://www.bforum.ru>
- 19 Экономический словарь: <http://www.ekoslovar.ru>
- 20 Вопросы контроля качества, планирования экспериментов, надежности, международных стандартов и др.: <http://www.statistica.ru/local-portals/quality-control/>