**Содержание**

 **программы повышения квалификации «Оценка конкурентоспособности товаров и услуг организаций»**

**Тема 1. Конкуренция и конкурентные преимущества**

Понятие и этимология термина «конкуренция». Формы и виды конкуренции. Значение конкуренции на рынке. Понятие конкурентного преимущества. Инновации как один из источников конкурентных преимуществ. Классификация конкурентных преимуществ. Управление конкурентным преимуществом в процессе конкурентной борьбы. Основные типы конкурентных преимуществ. Условия существования конкуренции. Причины, вызывающие конкуренцию. Методы конкуренции.

**Тема 2. Источники и методы сбора информации о конкурентах**

Классификация информации о конкурентах. Первичная и вторичная информация. Методы сбора первичной информации. Источники первичной информации. Особенности вторичной информации о конкурентах. Виды ее источников. Классификация методов сбора информации о конкурентах. Аналитический открытый метод. Метод конкурентной разведки. Понятие бенчмаркинга и особенности его применения.

**Тема 3. Механизмы анализа конкурентоспособности товаров и услуг**

Классификация методов оценки конкурентоспособности товаров. Характеристика методов, исходя из номенклатуры критериев (прямые и косвенные методы). Характеристика методов, исходя из цели и стадии оценки: методы, применяемые на стадии проектирования и изготовления продукции; методы применяемые на стадиях реализации и эксплуатации. Характеристика методов, исходя из формы представленных данных: графические методы; матричные методы; расчетные методы; комбинированные методы.

**Тема 4. Анализ конкурентоспособности организаций**

Анализ деятельности приоритетных конкурентов. Понятие конкурентоспособности торговой организации. Методика оценки конкурентоспособности организации. Направления оценки конкурентоспособности. Многоугольник конкурентоспособности. Инновации, дающие конкурентные преимущества фирмами (новые технологии; новые запросы покупателей). Оценка конкурентоспособности персонала. Установление перечня качеств персонала и их весомости.

**Тема 5. Методы и цели конкурентного анализа**

Понятие, цели и методы конкурентного анализа. Выявление существующий конкурентов и предварительных анализ их деятельности. Определение приоритетности конкурентов. Определение характера конкуренции на рынке: коэффициент концентрации, индекс концентрации Герфиндаля-Гиршмана, коэффициент Холла-Тайдмана, умеренно-, высоко- и низко-концентрированный рынок.

**Тема 6. Конкурентные стратегии**

Классификация конкурентных стратегий. Конкурентные стратегии в зависимости от доли фирмы на рынке. Конкурентные стратегии в зависимости от ресурсов фирмы и условий экономической среды. Характеристика таких видов конкурентной стратегии организации, как виолентная, патиентная, коммутантная и эксплерентная.

**Тема 7. Анализ и оценка конкурентной среды**

Адаптированность организации к внешней среде. SWOT-анализ: задачи и методика применения. Выявление и оценка воздействия конкурентов на отраслевом рынке. Барьеры входа на товарный рынок. Анализ и оценка конкурентной среды. Факторы, влияющие на конкурентную борьбу. Отраслевая конкуренция. Взаимодействие конкурентных сил в отрасли.