

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Локтионова Оксана Геннадьевна

Должность: проректор по учебной работе

Дата подписания: 28.01.2021 16:16:34

Уникальный программный ключ:

0b817ca911e6668abb13a5d426d39e5f1c11eabbf73e943df4a4851fda56d089

МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Юго-Западный государственный университет»
(ЮЗГУ)

Кафедра товароведения, технологии и экспертизы товаров



КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Методические указания
по выполнению самостоятельной работы
для студентов направления подготовки 38.04.07 «Товароведение»

Курск 2017

УДК 620.2
Составитель: О.В. Евдокимова

Рецензент

Кандидат экономических наук, доцент Э.А. Пьяникова

Конкурентоспособность товаров и услуг: методические указания по самостоятельной работе для студентов направления подготовки 38.04.07 «Товароведение» / Юго-Зап. гос. ун-т, сост. О.В. Евдокимова. Курск, 2017. 18 с.: Библиогр.: с.15.

Включает перечень вопросов по дисциплине «Конкурентоспособность товаров и услуг», на которые студент должен ответить самостоятельно. Отдельные вопросы включены в тесты для контроля знаний студентов. Содержат список рекомендуемой литературы.

Предназначены для магистров направления подготовки 38.04.07 «Товароведение» очной и заочной форм обучения.

Текст печатается в авторской редакции

Подписано в печать 5.05.17, Формат 60x84 1/16.
Усл.печ.л. 1,04 . Уч.- изд. л. 0,9 . Тираж 50 экз. Заказ 984
Бесплатно.

Юго-Западный государственный университет.
305040 Курск, ул. 50 лет Октября, 94.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ И УСЛУГ.....	5
2 КРИТЕРИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ И УСЛУГ	6
3 МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ И УСЛУГ.....	7
4 МЕЗОЭКОНОМИЧЕСКИЕ (ОТРАСЛЕВЫЕ) ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ.....	8
5 МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ.....	8
6 ТЕХНИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ И УСЛУГ.....	9
7 МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ.....	10
8 ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УСЛУГ	10
СПИСОК РЕКОМЕНДАТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	13

ВВЕДЕНИЕ

Целью методических указаний по самостоятельной работе студентов является:

- наиболее глубокое и систематическое усвоение студентами теоретического материала лекций, развитие навыков пользования литературой, мышление в результате самостоятельного изучения отдельных тем;

- повышение успеваемости студентов и уровня подготовки будущих специалистов.

Реформирование высшей школы уделяет главное внимание на усиление самостоятельной работы студентов. В связи с этим предусмотрено увеличение количества часов на этот вид работы

Самостоятельная работа студентов по изучению программного теоретического материала предусматривает закрепление прослушанного материала и материала и изучаемого самостоятельно в соответствии с рабочей программой.

В соответствии с рабочей программой изучение предмета предусмотрено в одном семестре. Методические указания состоят из десяти разделов, в которых соответственно представлены вопросы для самоконтроля по изучаемой дисциплине.

Лектором по каждой теме лекций указываются вопросы, которые рассматриваются в лекции, и вопросы, предназначенные для самостоятельного изучения, а так же рекомендуемая основная и дополнительная литература.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ И УСЛУГ

1. С какими слагаемыми качества жизни связана конкурентоспособность товаров и услуг?
2. На каких двух процессах базируется конкуренция?
3. Что такое конкурентоспособность продукции:
 - а) с позиции потребителя;
 - б) с позиции изготовителя?
4. В чем сущность интегрального показателя качества продукции?
5. Что такое уровень конкурентоспособности?
6. Что такое формирование конкурентоспособности?
7. Почему конкурентоспособность продукции является мерой прибыли организации?
8. В каких разделах бизнес-плана непосредственно рассматриваются вопросы конкурентоспособности?
9. Почему конкурентоспособность товаров является фактором безопасности страны?
10. По каким товарам степень зависимости России от других стран является критерием ее безопасности?
11. Какой относительный объем импортного продовольствия является рубежом продовольственной безопасности страны?
12. Что такое критерий конкурентоспособности?
13. Как можно сгруппировать критерии конкурентоспособности по признакам:
 - а) отношение к количеству учитываемых характеристик;
 - б) отношение к виду удовлетворяемых потребностей;
 - в) назначение?
14. На удовлетворение каких потребностей направлено обеспечение следующих критериев конкурентоспособности:
 - а) подлинность;
 - б) информативность;
 - в) социальная адресность;
 - г) имидж?

15. Какой из критериев является единичным, а какой комплексным:

- а) цена потребления, продажная цена;
- б) стабильность качества, уровень качества;
- в) скорость старения показателя, срок годности, потребительская новизна?

16. С позиции каких субъектов рынка «доставка товара в срок» является:

- а) фактором конкурентоспособности;
- б) критерием конкурентоспособности?

17. Приведите примеры макро-, мезо- и микроэкономического факторов конкурентоспособности.

18. Какими объектами конкурентоспособности оперируют при разработке конкурентной стратегии?

19. Какие объекты конкурентоспособности подвергаются проверке в лаборатории?

20. Как можно схематически представить процесс принятия решения о покупке товара?

21. От каких факторов зависит компетентность выбора товара?

22. Назовите главные источники информации о товаре, на которые опираются:

- а) неопытные потребители;
- б) опытные потребители;
- в) изготовители.

23. В какой форме используются результаты оценки конкурентоспособности товаров:

- а) потребителями;
- б) изготовителями;
- в) экспертами;
- г) специализированными организациями;
- д) рекламными организациями;
- е) страховыми компаниями?

2 КРИТЕРИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ И УСЛУГ

1. Какие два критерия конкурентоспособности являются приоритетными?

2. Что такое уровень качества продукции?

3. По каким признакам производится классификация показателей качества?

4. В чем заключаются дифференциальный и комплексный методы оценки уровня качества товаров?

5. Через какие показатели может быть выражен обобщенный комплексный показатель качества?

6. Каков алгоритм комплексной оценки уровня качества?

7. Назовите методы определения показателей качества.

8. Как определяется средний взвешенный арифметический показатель?

9. Покажите «треугольник услуги» и перечислите специфические показатели качества услуги.

10. Что такое «социальная адресность» продукции?

11. Приведите примеры макро- и микрофакторов подлинности товаров.

12. Приведите примеры оценки конкурентоспособности товаров, когда безопасность используется: а) как ограничительный критерий; б) как мера конкурентоспособности.

13. В каком случае можно говорить о тройной гарантии безопасности?

14. Какова роль служб маркетинга в создании новых товаров?

15. Приведите пример характеристик товаров (услуг), которые соответствуют «профилю желаемого качества».

16. Как группируются объекты промышленной собственности согласно Патентному закону?

17. Что такое охранные документы?

18. Какие факторы определяют имидж товара (услуги)?

19. Покажите отличие понятий «торговая марка», «товарный знак», «бренд».

20. Что такое информативность товара (услуги)?

21. В чем заключаются обязательные требования национальных стандартов к содержанию информации для потребителя?

22. Какие виды информации предусмотрены в «экологических заключениях»?

23. Из каких двух слагаемых состоит цена потребления?

24. Какова роль потребительной стоимости товара в ценообразовании?

25. Приведите примеры товаров, по которым текущие затраты можно представить в виде «черного ящика».

26. Какое содержание вкладывается в понятие «красная цена»?

3 МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ И УСЛУГ

1. По каким признакам классифицируются факторы конкурентоспособности?

2. Что такое основные факторы?

3. Какие факторы ограничивают эффективное использование Россией богатых ресурсов?

4. Приведите пример использования развитых факторов для обеспечения лидерства в производстве отдельных товаров.

5. Приведите примеры общих и специализированных факторов конкурентоспособности.

6. Сочетание каких факторов, по мнению М. Портера, дает стойкое конкурентное преимущество?

7. Назовите четыре стороны конкурентного ромба.

8. Какой из факторов в конкурентном ромбе является наиболее значимым? Покажите его действие на примерах.

9. Какие факторы формируют конкурентную среду?

10. Как отражается деятельность естественных монополий в России на цене товара?

11. Какова роль малого предпринимательства в обеспечении конкурентоспособности товаров и услуг?

12. Покажите связь уровня развития информационных технологий с конкурентоспособностью продукции страны.

13. Как влияет курс рубля на конкурентоспособность:

а) отечественной продукции;

б) импортной продукции?

14. Какова роль таможенного регулирования в защите отечественного производителя?

15. Почему производительность труда является основным фактором конкурентоспособности товаров?

16. Увяжите фактор «инвестиционный климат» с критериями конкурентоспособности товаров.

17. Как отразилось вступление России в ВТО на конкурентоспособности отечественных товаров и услуг?

18. Какова роль внешнеэкономической стратегии страны в защите отечественного товаропроизводителя?

4 МЕЗОЭКОНОМИЧЕСКИЕ (ОТРАСЛЕВЫЕ) ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ

1. Назовите основные силы, которые управляют конкуренцией в отрасли.

2. Приведите примеры наиболее влиятельных конкурентных сил, действующих в отдельных отраслях, производящих потребительские товары.

3. Назовите главный критерий, по которому отрасли относят к лидерам, середнякам и аутсайдерам.

4. Какие отрасли, производящие потребительские товары, могут быть отнесены к группе лидеров?

5. Какие отрасли, производящие потребительские товары, могут быть отнесены к группе аутсайдеров?

6. Почему в России — стране, богатой лесными ресурсами, на рынке доля отечественной мебели и бумаги невысока?

7. Какими группами могут быть представлены отрасли на карте перспективной конкурентоспособности?

8. Какие факторы конкурентоспособности составляют основу метода SWOT?

9. Отметьте сильные стороны двух-трех отраслей промышленности, производящих потребительские товары.

10. Отметьте слабые стороны двух-трех отраслей промышленности, производящих потребительские товары.

5 МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Вопросы и задания для самопроверки

1. Что такое микроэкономические факторы?

2. Приведите примеры связи макро- и микроэкономических факторов.

3. Какие микроэкономические факторы, действующие на стадии производства, определяют качество продукции и продажную цену?

4. Какие производственные критерии вошли в модель премии Правительства РФ в области качества и какой из них наиболее существенно влияет на уровень качества?

5. Какие критерии модели премии отражают роль человеческого фактора?

6. Какие критерии модели премии существенно влияют на продажную цену и стабильность качества продукции?

7. Какие критерии модели отражают совершенство стратегии конкурентоспособности?

8. Что такое рыночные факторы?

9. Приведите перечень рыночных факторов и примеры их количественной оценки.

10. Что такое рыночная новизна и в чем ее отличие от потребительской новизны?

11. Приведите перечень сбытовых факторов.

12. Какой из сбытовых факторов влияет на качество и цену потребления?

13. В использовании каких сбытовых факторов зарубежные организации превосходят отечественные?

14. Какие сервисные факторы действуют на стадиях пред- и послепродажного обслуживания?

15. Приведите примеры взаимосвязи сбытовых и сервисных факторов.

6 ТЕХНИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ И УСЛУГ

1. Что такое технический барьер?

2. Приведите примеры технических барьеров во внешней торговле России.

3. Назовите основные элементы технического регулирования.

4. Какова роль технических регламентов в оценке конкурентоспособности продукции?

5. Сравните цели технического законодательства и стандартизации.

6. Какие документы являются носителями обязательных требований к продукции на современном этапе?

7. Что представляет собой пирамида законодательных и нормативных документов?

8. Назовите категории международных стандартов и объекты, на которые они распространяются.

9. Требования каких международных профессиональных объединений следует учитывать при продвижении товара на внешний рынок?

10. При поставке товаров на рынок ЕС требованиями каких документов следует руководствоваться?

11. Что такое подтверждение соответствия и на какие объекты оно распространяется?

12. Сравните обязательную и добровольную сертификацию.

13. На выполнение требований какого международного стандарта нацелена сертификация систем качества?

14. Назовите причины, стимулирующие сертификацию систем качества.

15. Сопоставьте масштаб сертификации систем качества в России с другими странами.

16. Что вы знаете о сертификации систем охраны окружающей среды?

17. Что вы знаете о международных стандартах SA 8000?

18. Что вы знаете о международно-признанных органах по аккредитации?

19. Укажите критерии конкурентоспособности органов по сертификации.

7 МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ

1. Каковы цели оценки конкурентоспособности при анализе рынка, формировании ассортимента и ценообразовании?

2. Назовите принципы оценки конкурентоспособности.

3. Обоснуйте принцип оценки при участии в ней определенного субъекта рынка.

4. Каков порядок оценки конкурентоспособности по укрупненной схеме?

5. По каким признакам проводится классификация методов оценки конкурентоспособности?

6. Приведите примеры использования экспериментальных и аналитических, а также статистических и маркетинговых методов оценки конкурентоспособности.

7. Приведите примеры косвенной оценки конкурентоспособности на основе:

- а) цены;
- б) качества;
- в) имиджа.

8. Как оценивают конкурентоспособность на стадиях проектирования, изготовления, реализации и эксплуатации продукции?

9. Расскажите о графических методах оценки конкурентоспособности.

10. В чем заключается сущность матричного метода оценки?

11. Приведите пример расчетно-графического метода.

8 ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УСЛУГ

Вопросы и задания для самопроверки

1. Дайте классификацию критериев конкурентоспособности услуг.

2. Что подразумевается под критерием «доступность услуги»?

3. В чем состоит актуальность проблемы конкурентоспособности услуги розничной торговли?

4. Назовите критерии конкурентоспособности услуги розничной торговли.

5. Какие единичные показатели входят в групповой критерий «рациональность ассортимента»?

6. Как определить интегральный показатель качества услуги розничной торговли?

7. Как можно сравнить цены в магазинах-конкурентах?

8. Какие критерии используются при оценке конкурентоспособности современных супермаркетов?

9. Сравните номенклатуру критериев конкурентоспособности современных супермаркетов и продовольственных рынков.

10. В чем состоит актуальность проблемы конкурентоспособности образовательных услуг?

11. Какие проблемы высшей школы можно выявить из анализа модели менеджмента качества образовательных услуг?

12. Назовите критерии конкурентоспособности вуза, которыми оперирует абитуриент.

13. Какие критерии конкурентоспособности использует Минобрнауки России при рейтинговой оценке вузов?

14. Какие критерии конкурентоспособности вузов использует работодатель?

15. Что такое интегрированная система оценки конкурентоспособности вузов?

16. Какие проблемы высшей школы можно выявить, проводя аналогию между производственным и образовательным процессами?

КОНКУРСЫ КАК ИНСТРУМЕНТЫ УСТАНОВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Вопросы и задания для самопроверки

1. Какие преимущества получает организация, участвующая в конкурсе?

2. Как поощрялись в дореволюционной России изготовители, добившиеся звания «Поставщик Двора Его Императорского Величества»?

3. По каким критериям оценивались претенденты на это почетное звание и какие российские предприниматели были его удостоены?

4. В какой форме в дореволюционной России проводились конкурсы товаропроизводителей?

5. Какие проводятся конкурсы-отборы поставщиков в современной России?

6. Какие существуют критерии премии Правительства РФ в области качества и какой из них имеет наиболее высокую значимость?

7. Какие изменения за последнее время произошли в условиях конкурса на соискание премии Правительства РФ в области качества?

8. Какое значение для организации имеет самооценка по критериям премии Правительства РФ в области качества?

9. По каким критериям проводится Программа-конкурс «100 лучших товаров России»?

10. Как организуется продвижение на рынок продукции организаций — победителей конкурса «100 лучших товаров России»?

11. Что вы знаете о национальной программе «Всероссийская марка (III тысячелетие)»?

12. Кратко оцените конкурентные преимущества какого-либо товара, получившего платиновый Знак качества.

13. В чем специфика программы «Московское качество»?

14. Что вам известно о конкурсе «Народная марка»?

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ И УСЛУГ

1. Что такое система обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг?

2. Сопоставьте систему обеспечения биологической и производственной систем.

3. Что является базисом СОК?

4. Что представляет собой интегрированная система обеспечения конкурентоспособности продукции?

5. В чем заключается принцип СОК «ориентация на потребителя»?

6. Какие требования предъявляются к бизнес-процессам?

7. Как связаны характеристики процесса с критериями конкурентоспособности?

8. В чем проявляется принцип «постоянное улучшение»?

9. Что означает принцип «партнерские отношения»?

10. В чем проявляется бенчмаркинг?

11. Приведите примеры использования бенчмаркинга в деятельности зарубежных и отечественных фирм.

12. Что такое брендинг?

13. Что вы знаете о проекте «Привайт лэйбл»?

14. Какова роль человеческого фактора в решении проблемы конкурентоспособности?

СПИСОК РЕКОМЕНДАТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Закон РФ от 22 марта 1991 г. в редакции Федерального закона от 25 мая 1995 г., «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» // Ведомости Верховного Совета РСФСР. 1991. № 16; СЗ РФ. 1995. № 22; 1998. № 19; 2000. № 2.
2. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. в редакции Федерального закона от 9 января 1996 г. «О защите прав потребителей» // СЗ РФ. 1996. № 3; 2000. № 1.
3. Федеральный закон от 18 июля 1995 г. «О рекламе» // Российская газета. 1995. 25 июля.
4. Федеральный закон от 17 августа 1995 г. «О естественных монополиях» // СЗ РФ. 1995. № 34.
5. Федеральный закон «О лицензировании отдельных видов деятельности» // Российская газета. 2001. 10 августа.
6. Государственная программа демонополизации экономики и развития конкуренции на рынках Российской Федерации. Утверждена постановлением правительства РФ от 9 марта 1994 г. // Собрание актов Президента и Правительства РФ. 1994. № 14.
7. Агаева, М. Без гарантии / М. Агаева // Sales Business. — 2007. - № 7. - С. 8-13.
8. Агентство Publicity. Репутация как фактор стоимости. Взгляд российских компаний // Практический маркетинг. - 2004. - № 6. - С. 30-32.
9. Адлер, Ю. П. Качество и рынок, или как организация настраивается на обеспечение требований потребителей / Ю. П. Адлер // Поставщик и потребитель. — М.: РИА «Стандарты и качество». — 2000. — С. 35—80.
10. Адлер, Ю. П. Восемь принципов, которые меняют мир / Ю. П. Адлер // Стандарты и качество. — 2001. — № 5—6. — С. 49-61.
11. Андрианов, В. Д. Экспортные возможности и импортные потребности России / В. Д. Андрианов // Маркетинг. - 2001. - № 2. - С. 3-16.
12. Аронов, И. З. Декларация о соответствии: мифы и реальность / И. З. Аронов, В. Г. Версан // Стандарты и качество. - 2002. - № 11. - С. 52-54.
13. Ахматова, М. Теоретические модели конкурентоспособности / М. Ахматова, У. Попов // Маркетинг. — 2003. — № 4. - С. 34-38.

14. Баранов, А. В. Включите скрытые резервы / А. В. Баранов, М. Вэйдер // Стандарты и качество. — 2003. — № 11.-С. 26-29.
15. Бекетов, Н. В. Понятие конкурентоспособности и эволюция / Н. В. Бекетов // Маркетинг. — 2007. — № 6. — С. 83-86.
16. Бергстайн, М. Задеть чувствительные струны, или как заставить потребителя трепетать // М. Бергстайн // Европейское качество. — 2002. — № 3. — С. 37—42.
17. Березин, И. 5 ступеней от названия к брэндру / И. Березин // Практический маркетинг. — 2004. — № 3. — С. 2—5.
18. Бульдович, СВ. От высокого качества продукции — к высокому качеству жизни / С. В. Бульдович [и др.] //Стандарты и качество. — 2008. — № 3. — С. 72—74.
19. Быстрое, А. С. Концепция преобразований компаний российской автомобильной промышленности / А. С. Быстрое, В. А. Лапидус // Методы менеджмента качества. — 2006. - № 1. - С. 32-37.
20. Версан, В. Г. О критериях оценки органов по сертификации / В. Г. Версан, В. Л. Аршакуни // Стандарты и качество. - 2005. - № 5. - С. 86-87.
21. Версан, В. Г. 10 лет опыта: итоги, проблемы, решения / В. Г. Версан, В. И. Галеев // Стандарты и качество. — 2007. - № 2 - С. 44-46.
22. Вестник Российского информационного центра. — 2002. - № 1. - С. 131-158.
23. Волкова, Л. А. Новый товар: механизм успеха в гнусные времена / Л. А. Волкова ,// Маркетинг и маркетинговые исследования. — 2007. —№ 5. — С. 350—363.
24. Волченков, А. А. Портрет потребителя: практические рекомендации по составлению и использованию / А. Волченков, Е. Пархоменко // Маркетинг. — 2005. — № 7. — С. 9—11.
25. Волынец-Россет, Э. Я. Ноу-хау во внешней торговле / Э. Я. Волынец-Россет. — М. : Всероссийская академия внешней торговли, 2002.
26. Воронин, Г. П. Станки, инструмент и качество / Г. П. Воронин // Стандарты и качество. — 2005. — № 1. — С. 3—5.
27. Воронов, Ю. П. Многие лики конкуренции / Ю. П. Воронов // ЭКО. - 2004. - № 11. - С. 58.
28. Гусаков, Ю. А. Модель делового совершенства EFQM и ее применение в России / Ю. А. Гусаков, Е. И. Тавер // Стандарты и качество. — 2005. — № 8. — С. 46—50.

29. Джмухадзе, А. Глубокая заморочка / А. Джмухадзе // Секрет фирмы. - 2008. - № 8. - С. 46.
30. Еремеева, Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг / Н. В. Еремеева, С. Л. Калачев. - М.: Колос, 2006.- С. 67-72.
31. Забин, Д. Прицельный маркетинг / Д. Забин, Г. Бре-бах. - М.: Эксмо, 2006.
32. Завьялов, Ф. Н. Ранговая оценка конкурентоспособности массового потребительского товара (на примере рынка хлебобулочных изделий Ярославской области) / Ф. Н. Завьялов [и др.] // Маркетинг в России и за рубежом. — 2005. — № 3.- С. 90-103.
33. Здобнова, Т. All you need is love / Т. Здобнова // Компания. - 2005. - № 12. - С. 54-56.
34. Ивантер, А. Высота / А. Ивантер, Е. Шохина // Эксперт. - 2006. - № 15. - С. 60-62.
35. Исследования рынка // Секрет фирмы. — 2005. — № 13. - С. 133.
36. Калюков, Е. Когда наступит завтра: шесть главных угроз для российского потребительского рынка / Е. Калюков // Sales Business. - 2007. - № 9. - С. 17-25.
37. Качалов, И. В. Пять ключевых стратегий для увеличения продаж / И. В. Качалов // Практический маркетинг. -2003. - № 12. - С. 49.
38. Короткое, А. В. Некоторые аспекты конкурентного анализа / А. В. Коротков, Н. В. Третьяков // Маркетинг. -2007. - № 1. - С. 48-54.
39. Леонов, А. И. Действительно ли конкурентоспособность влияет на объем продаж / А. И. Леонов // Практический маркетинг. — 2004. — № 7. — С. 16—19.
40. Липсиц, И. В. Маркетинг для топ-менеджеров / И. В. Липсиц. - М.: Эксмо, 2007.
41. Литвинов, О. В. Маркировка товаров в России и за рубежом. Азбука знаков / О. В. Литвинов. — М. : РИА «Стандарты и качество», 2003.
42. Лифиц, И. М. Показатели ассортимента: унификация терминологии и моделирования / И. М. Лифиц, М. А. Черкасова // Маркетинг. — 2008. — № 3. — С. 113—125.
43. Лифиц, И. М. Формирование и оценка конкурентоспособности товаров и услуг / И. М. Лифиц. — М.: Юрайт-Издат, 2004.

44. Лифиц, И. М. Стандартизация, метрология и сертификация / И. М. Лифиц. - М.: Юрайт-Издат, 2008.

45. Машкова, О. В. Как работает принцип системы менеджмента качества «Фокус на потребителя» в сфере продвижения товаров на рынок / О. В. Машкова, И. М. Лифиц // Методы оценки соответствия. — 2008. — № 3. — С. 41—46.

46. Плущевский, М. Б. Оценка состояния готовности России к вступлению в ВТ / М. Б. Плущевский // Партнеры и конкуренты. — 2005. — № И. — С. 15—22.

47. Попадюк, К. Н. Влияние жизненного цикла товара на изменение параметров цепи поставок / К. Н. Попадюк // Маркетинг в России и за рубежом. — 2005. — № 2. — С. 133-141.

48. Проценко, И. О. Концепция управления цепью поставок и возможности преодоления негативных факторов экономического взаимодействия / И. О. Проценко // Менеджмент в России и за рубежом. — 2006. — № 6. — С. 141—143.

49. Резуев, Е. В. Роль цены в конкурентной борьбе / Е. В. Резуев // Маркетинг и маркетинговые исследования. — 2005.-№ 1.-С. 8-14.

50. Розно, М. И. Формальное и творческое при разработке продукции и подготовке производства / М. И. Розно // Стандарты и качество. — 2005. — № 8. — С. 74—79.

51. Сальников, В. А. Конкурентоспособность отраслей российской промышленности — текущее состояние и перспективы / В. А. Сальников, Д. И. Галимов // Проблемы прогнозирования. — 2006. — Мб 2. — С. 55—82.

52. Хоцятовская, Л. С. Комплексная оценка конкурентоспособности туристических предприятий / Л. С. Хоцятовская // Практический маркетинг. — 2005. — Мб 2. — С. 23—29.