

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/43392>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Менеджмент

ВВЕДЕНИЕ 3

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОКУРЕНТОСПОСОБНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ 5

1.1 Сущность стратегий развития и их виды 5

1.2 Современные теории стратегического управления 7

2 АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ И ПРЕДПРИЯТИЙ НА РЫНКЕ ООО «Кулинариум» 12

2.1 Особенности рынка «Кулинариум» и характеристика его участников 12

2.2 Анализ конкурентных позиций ООО «Кулинариум» 15

3 ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ НА РЫНКЕ 20

3.1 Актуальные проблемы ООО «Кулинариум» и пути их решения 20

3.2 Стратегия повышения конкурентоспособности ООО «Кулинариум» 21

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 24

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ 26

ВВЕДЕНИЕ

Свою деятельность любое предприятие осуществляет в процессе конкуренции. Банкротами становятся те, кто проигрывают в этой борьбе. Необходимо следить за постоянными изменениями рыночной среды, для того, чтобы организации не обанкротились. Наличие достоверной информации о конкурентной среде, структуре рынка, о направлениях конкурентных преимуществ и оценка потенциала фирмы являются основой конкурентной стратегии субъектов.

По итогу компания выбирает стратегию развития, которая будет эффективно реально работать в долгосрочной перспективе из множества альтернатив.

Операционная деятельность выступает основным компонентом конкурентоспособности организации, так как при рациональном использовании существующих ресурсов, предприятие может вводить нововведения и оперативно реагировать на изменившиеся условия.

В связи с этим разработка стратегии повышения конкурентоспособности, является одним из условий экономического выживания предприятия.

Важнейший аспект в стратегическом управлении является создание конкурентной стратегии. Совокупность принципов деятельности предприятия, его связей с внутренним и внешним миром, выбор инструментов для достижения указанных целей, выбор перспективных целей является конкурентной стратегией развития предприятия.

Программа, план, курс предприятия, способствующая формированию конкурентных преимуществ, направленная на достижение стратегических целей является конкурентной стратегией.

Иногда, стабильная обстановка в фирме длится на протяжении долгого времени. Тем не менее бывают обстоятельства, когда обстановка стремительно меняется и становится непредсказуемой. В таких случаях фирма должна разработать программы стратегии.

Целью курсовой работы является изучение выбора стратегии и перспектив развития для повышения конкурентоспособности организации;

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить сущность стратегий развития и их виды;
- рассмотреть современные теории стратегического управления;
- проанализировать особенности рынка ООО «Кулинариум» и характеристика его участников;
- провести анализ конкурентных позиций ООО «Кулинариум»;
- разработать стратегию повышения конкурентоспособности ООО «Кулинариум».

Анализируя учебную литературу, можно сделать вывод о том, что данная тема недостаточно изучена и требует дальнейшего рассмотрения.

В ходе исследования объектом является понятие и причины инфляции, а предметом инфляционные ожидания в экономике.

Для изучения выбранной темы возможно использовать следующие методы: изучение и анализ научной литературы, синтез полученных данных, анализ и оценка перспектив развития для повышения конкурентоспособности.

Работа состоит из следующих структурных элементов: введение, три главы, шесть параграфов, заключение, список используемых источников, включающий в себя 20 учебных пособий. Объем работы 27 страниц.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОКУРЕНТОСПОСОБНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Сущность стратегий развития и их виды

Стратегия развития нового предприятия – это совокупность способов и действий, направленных на достижение поставленных целей и воплощение задач. Это план, рассчитанный на продолжительный период времени, без детализации этапов, приемов и тактических действий. Формирование стратегии развития предприятия играет важную роль в адаптации бизнеса к постоянно меняющимся в рыночных условиях внешней и внутренней средам.

Можно выделить следующие основные стратегии:

- стратегия роста;
- стратегия ограниченного роста;
- стратегия сокращения;
- стратегия ликвидации; смешанные стратегии;
- стратегия развития продукта;
- стратегия развития отрасли.

Но в больших компаниях, в особенности в компаниях с несколькими филиалами, стратегии могут формироваться по структурным частям, отраслям, сферам функционирования. При этом они все могут не совпадать с общей стратегией, а в отдельных случаях даже противоречить ей.

В соответствии с другой классификацией выделяют следующие стратегии:

- дифференциация, то есть создание товара или услуги, обладающих совершенной новизной в рамках этой компании;
- совершенное лидерство в затратах, то есть поглощение рынка при помощи предложения товара с заниженной стоимостью за счет минимизации издержек;
- сосредоточение, или фокусирование, на рынке продукции из конкретного рыночного сегмента.

Общая стратегия развития предприятия, особенно крупного, как правило, является смешанной стратегией.

К примеру, она может воплощаться в виде комбинаций следующих видов стратегий:

- 1) Прогрессивной – рост фирмы предполагается за счет созд

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1) Алексеев, А. А. Инновационный менеджмент: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры/ А. А. Алексеев. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 247 с.
- 2) Армстронг М., Практика управления человеческими ресурсами: Учебник / М. Амстронг - Издательство «Питер», 2012-824 с.
- 3) Дейнека А. В. Управление персоналом: Учебник / А. В. Дейнека. — М.: Издательская торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. — 292 с.
- 4) Епишкин И.А. Управление человеческими ресурсами: Учебное пособие / И.А. Епишкин «Менеджмент». –М.: МИИТ, 2013. – 242 с.
- 5) Жданкин Н.А. Инновационный менеджмент : учебник / Н.А. Жданкин. — Москва : КНОРУС, 2017. — 316 с.
- 6) Зарецкий А.Д. Менеджмент: учебник/А.Д. Зарецкий, Т.Е. Иванова. —М.: КНОРУС, 2016. —268с.
- 7) Костенко, Е. П. История менеджмента : учебное пособие / Е. П. Костенко, Е. В. Михалкина ; Южный федеральный университет. – Ростов-на Дону: Издательство Южного федерального университета, 2014. – 606 с.
- 8) Кравченко А.И. История менеджмента: учебник/А.И. Кравченко М.: Академ. Проект: Трикста, 2015. — 560 с.
- 9) Красина Ф.А. Управление персоналом: Учебное пособие. — Томск: Томский межвузовский центр дистанционного образования, 2014. — 177 с.

- 10) Мальцева, С. В. Инновационный менеджмент : учебник для академического бакалавриата / под ред. С. В. Мальцевой. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 527 с.
- 11) Маслова, В. М. Управление персоналом: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. М. Маслова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 492 с.
- 12) Психология и этика делового общения: Учебник для вузов /Под ред. проф. В.Н. Лавриненко. — 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 415 с.
- 13) Разумов И.В. История менеджмента/ И.В. Разумов – Ярославль: ЯрГУ, 2014. – 120с.
- 14) Семиглазова В.А. Инновационный менеджмент: Учебное пособие/ В.А.Семиглазов .-Томск: ЦПП ТУСУР, 2014. -172 с.
- 15) Степанова И.П. Инновационный менеджмент/ И.П. Степанова. -Саратовский социально-экономический институт (филиал) ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова». – Саратов, 2014. – 124 с.
- 16) Управление персоналом : учеб.-метод. пособие / И.Б. Тесленк ; Владим. гос. ун-т им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. – Владимир: Изд-во ВлГУ, 2015. – 80 с.
- 17) Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент. Учебник, 4-е изд./ Р.А. Фатхутдинов — СПб.: Питер, 2003. — 400 с:
- 18) Финансы: учебник / коллектив авторов; под ред. Е. В. Маркиной. — 2-е изд., стер. — М.: КНОРУС, 2014. — 432 с.
- 19) Шеламова Г.М. Деловая культура и психология общения: учебник для нач. проф. образования/ Г. М. Шеламова. — 7-е изд., стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2007. — 160 с.
- 20) Экман П. Психология эмоций. Я знаю, что ты чувствуешь. 2-е изд. / П.Экман — СПб.: Питер, 2013. — 334 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/43392>