

Министерство образования и науки Российской Федерации
Московский государственный университет печати
имени Ивана Федорова

Е.М. Мерзликина, М.В. Введенская

**ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ
ИННОВАЦИОННЫХ МЕТОДОВ
МЕНЕДЖМЕНТА**

Монография

Москва
2011

УДК [005.52+005.93]:655

ББК 65.304.9

М 53

Рецензенты:

Г.Н. Степанова, доктор экономических наук, профессор

МГУП им. Ивана Федорова;

Н.М. Гущина, кандидат экономических наук

ОАО «НИЦ “Экономика”»

Мерзликина Е.М.

М 53 Повышение конкурентоспособности организации на основе инновационных методов менеджмента : монография / Е.М. Мерзликина, М.В. Введенская Моск. гос. ун-т печати им. Ивана Федорова. — М. : МГУП им. Ивана Федорова, 2011. — 110 с.

ISBN 978-5-8122-1144-8

Настоящее монографическое исследование посвящено актуальной проблеме повышения эффективности деятельности организации – участника рыночных отношений и ее конкурентоспособности на основе применения таких методов современного менеджмента, как бренд-менеджмент и управление человеческим капиталом. Исследование проведено на примере организаций медиаиндустрии, в максимальной степени подверженных процессам глобализации и зависимых от конъюнктуры рынка, что свидетельствует о его актуальности и практической значимости.

В монографии рассмотрены концептуальные основы повышения конкурентоспособности организаций, разработаны методические аспекты формирования системы инновационного менеджмента на примере медиа-холдингов и печатных СМИ, проведено обоснование выбора показателей их конкурентоспособности, показаны основные направления их анализа. Данный подход, позволяет не только уяснить основные теоретические положения проблемы, но и определить возможности повышения эффективности управления в организациях медиаиндустрии.

Монография может быть полезна ученым, студентам вузов, руководителям организаций медиаиндустрии, интересующимся исследуемой проблемой.

Печатается в авторской редакции.

УДК [005.52+005.93]:655

ББК 65.304.9

ISBN 978-5-8122-1144-8

© Мерзликина Е.М.,

Введенская М.В., 2011

© Московский государственный
университет печати
имени Ивана Федорова, 2011

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
Глава 1. Концептуальные основы повышения конкурентоспособности организации на основе инновационных методов менеджмента	8
1.1. Институциональная концепция конкурентоспособности в современных условиях развития рыночной экономики	8
1.2. Инновационные методы менеджмента как инструмент повышения конкурентоспособности организации	26
Глава 2. Методические аспекты формирования системы инновационного менеджмента в организациях медиаиндустрии	47
2.1. Бренд как инструмент инновационного менеджмента	47
2.2. Оценка и анализ бренда в системе инновационного менеджмента	67
Глава 3. Разработка и апробация методики оценки конкурентоспособности организации в современных условиях развития рыночных и институциональных отношений	82
3.1. Обоснование выбора показателей оценки конкурентоспособности и методики их анализа	82
3.2. Апробация методики оценки и анализа конкурентоспособности на примере медиа-холдингов	90
Библиографический список	97
ПРИЛОЖЕНИЯ	105