СОДЕРЖАНИЕ

[Введение 3](#_Toc135684776)

[1 Теоретические аспекты исследования повышения 7](#_Toc135684777)

[конкурентоспособности организации 7](#_Toc135684778)

[1.1 Понятие и сущность конкурентоспособности организации 7](#_Toc135684779)

[1.2 Методы анализа конкурентоспособности организации 15](#_Toc135684780)

[1.3 Инструменты повышения конкурентоспособности организации 23](#_Toc135684781)

[2 Исследование конкурентоспособности рекламного агентства ООО «КЕА» 28](#_Toc135684782)

[2.1 Организационно-экономическая характеристика рекламного агентства ООО «КЕА» 28](#_Toc135684783)

[2.2 Характеристика рынка рекламных услуг г. Кургана 33](#_Toc135684784)

[2.3 Анализ и оценка конкурентоспособности рекламного агентства ООО «КЕА» 41](#_Toc135684785)

[3 Разработка направлений повышения конкурентоспособности рекламного агентства ООО «КЕА» 50](#_Toc135684786)

[3.1 Мероприятия по повышению конкурентоспособности рекламного агентства ООО «КЕА» 50](#_Toc135684787)

[3.2 Оценка эффективности предложенных мероприятий 58](#_Toc135684788)

[Заключение 65](#_Toc135684789)

[Список использованных источников 68](#_Toc135684790)

[Приложение А 76](#_Toc135684791)

## ВВЕДЕНИЕ

*Актуальность темы выпускной квалификационной работы.* Для современного этапа развития экономики Российской Федерации характерен высокий уровень роста численности новых организаций в различных отраслях, что, в свою очередь, обусловлено уходом с отечественного рынка ряда зарубежных компаний ввиду санкций со стороны западных стран. Обозначенный фактор также свидетельствует о росте конкуренции среди российских организаций. Следовательно, основным параметром деятельности становится конкурентоспособность.

Конкурентоспособность является многогранным показателем, поскольку в своей основе интегрирует все аспекты и факторы функционирования и развития организации как объекта управления. В этой связи можно говорить о важности и значимости своевременного мониторинга деятельности организации на предмет конкурентоспособности.

Особую роль в рассматриваемом процессе играют вопросы повышения уровня конкурентоспособности организации. Указанное обстоятельство обусловлено тем, что от уровня конкурентоспособности в значительной степени зависят производственные, организационные и финансовые характеристики организации.

Несмотря на важность своевременного мониторинга конкурентоспособности и применения различных инструментов в аспекте ее повышения, многие организации осуществляют данный процесс неэффективно. В этой связи возникает необходимость в изучение наиболее актуальных и действенных инструментов повышения уровня конкурентоспособности организации.