ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ 4
Глава 1. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО МЕТОДОЛОГИИ ПЛАНИРОВАНИЯ ДЕЛОВОГО ОКРУЖЕНИЯ ФИРМЫ 7
1.1. Общие положения об актуальности и сути ситуационно-стратегического планирования конкурентоспособного товарного предложения 7
1.2. Основные показатели планирования делового окружения фирмы на ресурсных рынках 14
1.3. Основные показатели планирования делового окружения фирмы на товарных рынках 24
Глава 2. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО МЕТОДОЛОГИИ ПЛАНИРОВАНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И ПРОГРАММ РАЗВИТИЯ ТОВАРНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ 34
2.1. Основные показатели и методология планирования товарных номенклатуры и ассортимента 34
2.2. Основы формирования ассортиментных программ развития отрасли 45
2.3. Актуальность и методология определения целевой функции товара 53
2.4. Особенности новой методологии планирования рационального использования ресурсов 60
Глава 3. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО МЕТОДОЛОГИИ ДИНАМИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ТОВАРНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ С ПОМОЩЬЮ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАТРИЦ МНОЖЕСТВЕННОЙ ОПТИМИЗАЦИИ 77
3.1 Динамическое моделирование экономических процессов и программ на основе использования теории множеств 77
3.2. Методология оптимизации ассортиментных стратегий и программ 82
3.3. Методология оптимизации параметров целевой функции товара 92
3.4. Методология оптимизации показателей использования ресурсов 99
3.5. Методология множественной оптимизации основных показателей конкурентоспособности товара 109
Глава 4. БАЗА ДАННЫХ ДЛЯ ХРАНЕНИЯ И ПОСЛЕДУЮЩЕЙ МАШИННОЙ ОБРАБОТКИ СИСТЕМАТИЗИРОВАННЫХ СВЕДЕНИЙ ДЛЯ ДИНАМИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ФИРМОЙ ТОВАРНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ (БД ДПФ ТП) 118
4.1. Назначение базы данных 118
4.2. Группировка базы данных 119
4.3. Схема базы данных 119
4.4. Схема первой группы БД «Планирование делового окружения фирмы» 119
4.5. Список полей для таблиц 4.7.1–4.7.9 123
4.6. Определение ключей для идентификации первой группы БД 124
4.7. База данных (первая группа) «Планирование делового окружения фирмы» .. 125
4.8. Характеристика первой группы БД (табл.4.7.1–4.7.9) 154
4.9. Схема второй группы базы данных «Планирование показателей товарного предложения фирмы с учётом фактора времени» 156
4.10. Список полей для таблиц 4.12.1–4.12.7 158
4.11. Определение ключей для идентификации второй группы БД 160
4.12. База данных (вторая группа) «Планирование показателей товарного предложения фирмы с учётом фактора времени» 160
4.13. Характеристика второй группы БД (табл. 4.12.1–4.12.7) 169
ПОСЛЕСЛОВИЕ 172
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 175