

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное учреждение  
высшего профессионального образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Отделение менеджмента



подписано электронно-цифровой подписью

**Программа дисциплины**  
**Бенчмаркинг БЗ.В.17**

Направление подготовки: 080200.62 - Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

**Автор(ы):**

Шарафутдинова Н.С. , Шафигуллина А.В.

**Рецензент(ы):**

Новикова Е.Н.

**СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой: Каленская Н. В.

Протокол заседания кафедры No \_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 201\_\_г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (отделение менеджмента):

Протокол заседания УМК No \_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 201\_\_г

Регистрационный No 949923914

Казань  
2014

## **Содержание**

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. Шарафутдинова Н.С. кафедра маркетинга Отделение менеджмента , NSSharafutdinova@kpfu.ru ; ассистент, б/с Шафигуллина А.В. кафедра маркетинга Отделение менеджмента , AnVKuzmina@kpfu.ru

### 1. Цели освоения дисциплины

является формирование у студентов теоретических знаний в области организации и проведения бенчмаркинга, умение применять полученные знания на практике, стремление к поиску новых инструментов достижения делового совершенства предприятия.

### 2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.В.17 Профессиональный" основной образовательной программы 080200.62 Менеджмент и относится к вариативной части. Осваивается на 3 курсе, 6 семестр.

"Бенчмаркинг по направлению: 080200.62 Менеджмент Б3.В.17

Программа предполагает изучение таких дисциплин как: "Основы менеджмента", "Организационное поведение". Знания, полученные по предмету "Бенчмаркинг" целесообразно использовать при изучении дисциплин "Коммерческая деятельность", "Управление маркетингом", "Маркетинг".

### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
пк-10	способностью участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию
пк-30	знанием экономических основ поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков и способностью проводить анализ конкурентной среды отрасли
пк-36	умением использовать в практической деятельности организаций информацию, полученную в результате маркетинговых исследований и сравнительного анализа лучших практик в менеджменте

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- общие понятия о бенчмаркинге,
- цели и задачи бенчмаркинга, -
- типы, виды и процессы бенчмаркинга,
- этапы проведения бенчмаркинга,
- психологические аспекты проведения бенчмаркинга,
- способы получения информации,
- особенности применения бенчмаркинга в разных странах,
- пути и направления повышения эффективности деятельности предприятия посредством использования бенчмаркинга.

2. должен уметь:

- четко формулировать цели и задачи, на основе имеющейся информации,
- анализировать бизнес-процессы,
- формировать алгоритм действий, исходя из поставленных целей,
- проводить анализ конкурентной среды,
- осуществлять планирование и организацию основных этапов бенчмаркинга,
- анализировать критерии моделей совершенства

3. должен владеть:

- методами и программными средствами обработки деловой информации,
- навыками обосновывать управленческие решения,
- современными технологиями управления персоналом,
- навыками проводить анализ коммерческой деятельности организации и использовать его результаты для подготовки управленческих решений
- навыками организации и планирования бенчмаркинга,

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- использовать нормативные правовые документы в своей деятельности
- анализировать социальнозначимые проблемы и процессы
- понимать роль и значение информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономических знаний
- применять основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации
- работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах
- осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации
- учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности

#### 4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 6 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);


54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

#### 4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

##### Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
	Тема 1. Теоретические						

## основы бенчмаркинга

Регистрационный номер 949923914 Страница 5 из 14.	6	1	2	2	0	устный опрос домашнее
						 <b>ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ</b> ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КИУ

задание  
эссе

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
2.	Тема 2. Основные виды бенчмаркинга и их особенности	6	2	2	2	0	устный опрос домашнее задание
3.	Тема 3. Методы и виды маркетинговых исследований	6	3	4	4	0	презентация устный опрос домашнее задание
4.	Тема 4. Конкурентный анализ	6	5	4	4	0	домашнее задание деловая игра
5.	Тема 5. Организация бенчмаркинга	6	7	2	2	0	устный опрос презентация
6.	Тема 6. Особенности проведения бенчмаркинга в России и за рубежом	6	8	2	2	0	устный опрос домашнее задание
7.	Тема 7. Экономический эффект от использования бенчмаркинга	6	9	2	2	0	домашнее задание контрольная работа
	Тема . Итоговая форма контроля	6		0	0	0	зачет
	Итого			18	18	0	

## 4.2 Содержание дисциплины

### Тема 1. Теоретические основы бенчмаркинга

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

1. Понятие, сущность бенчмаркинга 2. Эволюционное развитие бенчмаркинга 3. Функции бенчмаркинга

#### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

1. Основные понятия и преимущества бенчмаркинга 2. Задачи и функции бенчмаркинга 3. Этапы развития бенчмаркинга

### Тема 2. Основные виды бенчмаркинга и их особенности

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

1. Принципы бенчмаркинга 2. Виды бенчмаркинга

#### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

1.Предпосылки проведения бенчмаркинга 2. Принципы по Г. Ватсону 3. Сравнительный анализ видов бенчмаркинга 4

### Тема 3. Методы и виды маркетинговых исследований

#### лекционное занятие (4 часа(ов)):

1. Виды маркетинговых исследований 2. Методы маркетинговых исследований 3. Организация маркетинговых исследований

#### практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Понятие и сущность маркетинговых исследований 2. Виды маркетинговых исследований 2. Кабинетные и полевые методы маркетинговых исследований 3. Этапы проведения маркетинговых исследований

### Тема 4. Конкурентный анализ

#### лекционное занятие (4 часа(ов)):

1. Понятие и сущность конкурентоспособности 2. Методы оценки конкурентоспособности 3. Методы конкурентного анализа

#### практическое занятие (4 часа(ов)):

1. Предпосылки проведения конкурентного анализа 2. Основные понятия конкурентоспособности объекта 3. Основные подходы к организации конкурентного анализа 4. Методы анализа конкурентоспособности товара и компании. 5. Матрица конкурентных преимуществ

### Тема 5. Организация бенчмаркинга

#### лекционное занятие (2 часа(ов)):

1. Инструментарий бенчмаркинга 2. Этапы организации бенчмаркинга

#### практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Модели бенчмаркинга 2. Цикл Деминга как основа бенчмаркинга 3. основные этапы организации бенчмаркинга: планирование, исследование, наблюдение, анализ, адаптация, улучшение 4. Методы анализа бизнес-процессов предприятия

### Тема 6. Особенности проведения бенчмаркинга в России и за рубежом

#### лекционное занятие (2 часа(ов)):

1. Особенности применения бенчмаркинга в России 2. Особенности применения бенчмаркинга за рубежом 3. Правовое обеспечение бенчмаркинга

#### практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Тенденции применения бенчмаркинга 2. Перспективы развития технологии бенчмаркинга в России и за рубежом 3. Подходы к применению инструментария бенчмаркинга в России и за рубежом 3. Правила применения бенчмаркинга

### Тема 7. Экономический эффект от использования бенчмаркинга

#### лекционное занятие (2 часа(ов)):

1. Понятие, сущность экономического эффекта 2. Методы оценки экономической эффективности применения бенчмаркинга

#### практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Виды и формы экономического эффекта 2. Показатели оценки эффективности применения бенчмаркинга 2. Факторы успеха бенчмаркинг-проекта

### 4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Теоретические основы бенчмаркинга	6	1	подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
				подготовка к устному опросу	1	устный опрос



N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
				подготовка к эссе	1	эссе
2.	Тема 2. Основные виды бенчмаркинга и их особенности	6	2	подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
				подготовка к устному опросу	2	устный опрос
3.	Тема 3. Методы и виды маркетинговых исследований	6	3	подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
				подготовка к презентации	2	презентация
				подготовка к устному опросу	4	устный опрос
4.	Тема 4. Конкурентный анализ	6	5		4	деловая игра
				подготовка домашнего задания	4	домашнее задание
5.	Тема 5. Организация бенчмаркинга	6	7	подготовка к презентации	2	презентация
				подготовка к устному опросу	2	устный опрос
6.	Тема 6. Особенности проведения бенчмаркинга в России и за рубежом	6	8	подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
				подготовка к устному опросу	2	устный опрос
7.	Тема 7. Экономический эффект от использования бенчмаркинга	6	9	подготовка домашнего задания	1	домашнее задание
				подготовка к контрольной работе	3	контрольная работа
	Итого				36	

## 5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Мультимедийное устройство

Деловые и ролевые игры, разбор конкретных ситуаций,

Встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

## **6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов**

### **Тема 1. Теоретические основы бенчмаркинга**

домашнее задание , примерные вопросы:

Понятие, сущность бенчмаркинга

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы по теме 1.

эссе , примерные темы:

Применение инструментов бенчмаркинга в практической деятельности

### **Тема 2. Основные виды бенчмаркинга и их особенности**

домашнее задание , примерные вопросы:

Преимущества и недостатки видов бенчмаркинга

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы по теме2

### **Тема 3. Методы и виды маркетинговых исследований**

домашнее задание , примерные вопросы:

Особенности методов маркетинговых исследований

презентация , примерные вопросы:

Применение маркетинговых исследований в разных отраслях

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы по теме 3

### **Тема 4. Конкурентный анализ**

деловая игра , примерные вопросы:

По вопросам тем 1-4

домашнее задание , примерные вопросы:

Методы оценки конкурентов

### **Тема 5. Организация бенчмаркинга**

презентация , примерные вопросы:

Этапы организации бенчмаркинга

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы темы 5

### **Тема 6. Особенности проведения бенчмаркинга в России и за рубежом**

домашнее задание , примерные вопросы:

Особенности применения бенчмаркинга в России и за рубежом

устный опрос , примерные вопросы:

Вопросы темы 6

### **Тема 7. Экономический эффект от использования бенчмаркинга**

домашнее задание , примерные вопросы:

Методы оценки экономического эффекта применения бенчмаркинга

контрольная работа , примерные вопросы:

вопросы тем1 -7

### **Тема . Итоговая форма контроля**

Примерные вопросы к зачету:

1. . Дайте определение понятию "конкуренция".

2. Охарактеризуйте основные формы недобросовестной конкуренции.
3. Перечислите характерные особенности риска. Каковы основные источники его возникновения?
4. Каковы основные пути и методы снижения риска?
5. Деловая разведка и ее роль в коммерции.
6. В чем принципиальное отличие "деловой разведки" от "промышленного шпионажа"? Охарактеризуйте эти понятия.
7. Дайте определение понятию "бенчмаркинг", перечислите его основные цели и задачи.
8. Основные принципы бенчмаркинга.
9. Каковы основные этапы проведения бенчмаркинга на предприятии?
10. Перечислите основные виды бенчмаркинга.
11. Методы конкурентного анализа, их особенности
12. Понятие и сущность конкурентоспособности
13. Методы оценки конкурентоспособности
14. Понятие и сущность экономического эффекта
15. Методы оценки экономического эффекта
16. эволюционное развитие бенчмаркинга
17. Особенности развития бенчмаркинга в России и за рубежом
18. Цели, задачи бенчмаркинга
19. Функции бенчмаркинга
20. Проблемы развития бенчмаркинга

### **7.1. Основная литература:**

1. Малое предпринимательство: организация, управление, экономика: Учебное пособие / Под ред. В.Я. Горфинкеля. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 349 с.// <http://znanium.com/bookread.php?book=194771>
2. Годин, А. М. Маркетинг [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / А. М. Годин. - 10-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2013. - 656 с. // <http://znanium.com/bookread.php?book=430453>
3. Иванов И. Н. Экономический анализ деятельности предприятия: Учебник / И.Н. Иванов. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 348 с.// <http://znanium.com/bookread.php?book=346196>

### **7.2. Дополнительная литература:**

- 1 Розин М. Успех без стратегии: технологии гибкого менеджмента. Издательство: Альпина Паблишер Москва, 2011 // <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=9688>
2. Саттон Р. Охота за идеями : как оторваться от конкурентов, нарушая все правила. Издательство: Альпина Паблишер Москва, 2013// <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=9787>
3. Котлер Ф. Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей. Издательство: Альпина Паблишер Москва, 2010 // <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=9467>

### **7.3. Интернет-ресурсы:**

- журнал - [www.benchmarking.ru](http://www.benchmarking.ru)  
журнал - [www.benchmarkingclub.ru/vatson.html](http://www.benchmarkingclub.ru/vatson.html)

Информационно-справочные системы - [www.garant.ru](http://www.garant.ru)

поисковые системы - [www.mail.ru](http://www.mail.ru)

поисковые системы - [www.rambler.ru](http://www.rambler.ru)

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)**

Освоение дисциплины "Бенчмаркинг" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань" , доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 080200.62 "Менеджмент" и профилю подготовки Маркетинг .

Автор(ы):

Шарафутдинова Н.С. \_\_\_\_\_

Шафигуллина А.В. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Рецензент(ы):

Новикова Е.Н. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.