

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



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Талюцкий Д.А.



_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины
Бенчмаркинг Б1.В.ДВ.10

Направление подготовки: 38.03.02 - 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 (центр бакалавриата: менеджмент):

Протокол заседания УМК No _____ от "_____" _____ 201__ г

Регистрационный No 949937517

Казань
2017

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 Институт управления, экономики и финансов , NSSharafutdinova@kpfu.ru ; ассистент, б/с Шафигуллина А.В. кафедра маркетинга Институт управления, экономики и финансов , 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 " Б1.В.ДВ.10 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 38.03.02 Менеджмент и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 3 курсе, 5 семестр.

Программа предполагает изучение таких дисциплин как: "Связь с общественностью и реклама территорий", "Ценообразование". Знания, полученные по предмету "Бенчмаркинг" целесообразно использовать при изучении дисциплин "Коммерческая логистика", "Управление маркетингом", "Менеджмент рекламы".

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-3 (профессиональные компетенции)	владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности
ПК-5 (профессиональные компетенции)	способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений

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,
- 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 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 5 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	
1.	Тема 1. Теоретические основы бенчмаркинга	5	1	2	2	0	Письменное домашнее задание Устный опрос

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. Тема 2. Основные виды бенчмаркинга и их особенности	5	2	2	2	0	Устный опрос Эссе
3.	Тема 3. Тема 3. Методы и виды маркетинговых исследований	5	3,4	4	4	0	Письменная работа Устный опрос
4.	Тема 4. Тема 4. Конкурентный анализ	5	5,6	4	4	0	Эссе Устный опрос
5.	Тема 5. Тема 5. Организация бенчмаркинга	5	7	2	2	0	Письменное домашнее задание Устный опрос
6.	Тема 6. Тема 6. Особенности проведения бенчмаркинга в России и за рубежом	5	8	2	2	0	Устный опрос Эссе
7.	Тема 7. Тема 7. Экономический эффект от использования бенчмаркинга	5	9	2	2	0	Устный опрос Письменное домашнее задание
	Тема . Итоговая форма контроля	5		0	0	0	Экзамен
	Итого			18	18	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. 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)):

Кейс по теме 1 "Кукморский завод Металлопосуды" Дать ответы на следующие вопросы: 1 Перечислите основные понятия и преимущества бенчмаркинга, предложенные разными авторами 2 Сформулируйте задачи и функции бенчмаркинга 3 Дайте характеристику этапов развития бенчмаркинга

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

лекционное занятие (2 часа(ов)):

1 Принципы бенчмаркинга 2 Виды бенчмаркинга

практическое занятие (2 часа(ов)):

Написать эссе на тему "Применение видов бенчмаркинга на примере российских предприятий"
Дать ответы на следующие вопросы: 1 Что представляет собой понятие принцип? 2
Охарактеризуйте принципы бенчмаркинга, предложенные разными авторами. Выявите их
особенности 3 Перечислите виды бенчмаркинга 4 Проведите сравнительный анализ видов
бенчмаркинга. Результаты представьте в виде таблицы

Тема 3. 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)):

На основе проведенного анализа методов маркетинговых исследований заполните таблицу
"Сравнительная таблица методов маркетинговых исследований" Дать ответы на следующие
вопросы: 1 Дайте определение понятия маркетинговых исследований 2 перечислите
источники информации 3 какие виды информации необходимы для маркетинговых
исследований 4 Охарактеризуйте виды маркетинговых исследований. В чем их особенности?
5 Проведите сравнительный анализ методов маркетинговых исследований 6 Перечислите
этапы организации маркетинговых исследований. Охарактеризуйте их

Тема 4. 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)):

Написать эссе на тему "Конкурентный анализ предприятия на конкретном примере" Дать
ответы на следующие вопросы: 1 Проведите анализ подходов к определению
конкурентоспособность 2 Каковы особенности определений категории
конкурентоспособность, предложенных разными авторами 3 проведите сравнительный анализ
подходов к оценке конкурентоспособности организации 4 Что общего между понятиями
бенчмаркинг и конкурентоспособность ? 5 Перечислите особенности методов конкурентного
анализа 6 Проведите сравнительный анализ методов конкурентного анализа

Тема 5. Тема 5. Организация бенчмаркинга

лекционное занятие (2 часа(ов)):

1 Инструментарий бенчмаркинга 2 Организация бенчмаркинга

практическое занятие (2 часа(ов)):

Необходимо построить матрицу, заключающей в себе анализ деятельности какого-либо
предприятия на выбор студентов. Дать ответы на следующие вопросы: 1 Перечислите
основные инструменты бенчмаркинга 2 каковы особенности применения петли качества в
бенчмаркинге? 3 Каковы особенности применения цикла Деминга на практике 4 Перечислите
особенности применения статистических методов бенчмаркинга 5 Изучите подходы к
организации бенчмаркинга

Тема 6. 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)):

Написать эссе на тему "Примеры проведения бенчмаркинга в разных странах" Дать ответы на
следующие вопросы: 1 Каковы особенности применения бенчмаркинга в России 2 Каковы
особенности применения бенчмаркинга за рубежом? 3 С какими проблемами сталкиваются
компании при применении опыта иностранных компаний 4 Перечислите нормативные
документы правового обеспечения бенчмаркинга

Тема 7. Тема 7. Экономический эффект от использования бенчмаркинга

лекционное занятие (2 часа(ов)):

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

практическое занятие (2 часа(ов)):

Выполнить задание кейса с применением методики ABC-анализ и XYZ-анализ Дать ответы на следующие вопросы: 1 Что представляет собой понятие эффект 2 Проведите анализ подходов к оценке эффективности бенчмаркинга 3 Выделите особенности подходов к оценке эффективности бенчмаркинга

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. Тема 1. Теоретические основы бенчмаркинга	5	1	подготовка домашнего задания	2	домашнее задание
				подготовка к устному опросу	2	устный опрос
2.	Тема 2. Тема 2. Основные виды бенчмаркинга и их особенности	5	2	подготовка к устному опросу	2	устный опрос
				подготовка к эссе	2	эссе
3.	Тема 3. Тема 3. Методы и виды маркетинговых исследований	5	3,4	подготовка к письменной работе	2	письменная работа
				подготовка к устному опросу	2	устный опрос
4.	Тема 4. Тема 4. Конкурентный анализ	5	5,6	подготовка к устному опросу	3	устный опрос
				подготовка к эссе	3	эссе
5.	Тема 5. Тема 5. Организация бенчмаркинга	5	7	подготовка домашнего задания	3	домашнее задание
				подготовка к устному опросу	3	устный опрос
6.	Тема 6. Тема 6. Особенности проведения бенчмаркинга в России и за рубежом	5	8	подготовка к устному опросу	3	устный опрос
				подготовка к эссе	3	эссе
7.	Тема 7. Тема 7. Экономический эффект от использования бенчмаркинга	5	9	подготовка домашнего задания	3	домашнее задание
				подготовка к устному опросу	3	устный опрос
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:

Кейс по теме 1 "Кукморский завод Металлопосуды"

устный опрос , примерные вопросы:

Дать ответы на следующие вопросы: 1 Перечислите основные понятия и преимущества бенчмаркинга, предложенные разными авторами 2 Сформулируйте задачи и функции бенчмаркинга 3 Дайте характеристику этапов развития бенчмаркинга

Тема 2. Основные виды бенчмаркинга и их особенности

устный опрос , примерные вопросы:

Дать ответы на следующие вопросы: 1 Что представляет собой понятие принцип? 2 Охарактеризуйте принципы бенчмаркинга, предложенные разными авторами. Выявите их особенности 3 Перечислите виды бенчмаркинга 4 Проведите сравнительный анализ видов бенчмаркинга. Результаты представьте в виде таблицы

эссе , примерные темы:

Написать эссе на тему "Применение видов бенчмаркинга на примере российских предприятий"

Тема 3. Методы и виды маркетинговых исследований

письменная работа , примерные вопросы:

На основе проведенного анализа методов маркетинговых исследований заполните таблицу "Сравнительная таблица методов маркетинговых исследований"

устный опрос , примерные вопросы:

Дать ответы на следующие вопросы: 1 Дайте определение понятия маркетинговых исследований 2 перечислите источники информации 3 какие виды информации необходимы для маркетинговых исследований 4 Охарактеризуйте виды маркетинговых исследований. В чем их особенности? 5 Проведите сравнительный анализ методов маркетинговых исследований 6 Перечислите этапы организации маркетинговых исследований. Охарактеризуйте их

Тема 4. Конкурентный анализ

устный опрос , примерные вопросы:

Дать ответы на следующие вопросы: 1 Проведите анализ подходов к определению конкурентоспособности 2 Каковы особенности определений категории конкурентоспособности, предложенных разными авторами 3 проведите сравнительный анализ подходов к оценке конкурентоспособности организации 4 Что общего между понятиями бенчмаркинг и конкурентоспособность ? 5 Перечислите особенности методов конкурентного анализа 6 Проведите сравнительный анализ методов конкурентного анализа

эссе , примерные темы:

Написать эссе на тему "Конкурентный анализ предприятия на конкретном примере"

Тема 5. Организация бенчмаркинга

домашнее задание , примерные вопросы:

Необходимо построить матрицу, заключающей в себе анализ деятельности какого-либо предприятия на выбор студентов.

устный опрос , примерные вопросы:

Дать ответы на следующие вопросы: 1 Перечислите основные инструменты бенчмаркинга 2 каковы особенности применения петли качества в бенчмаркинге? 3 Каковы особенности применения цикла Деминга на практике 4 Перечислите особенности применения статистических методов бенчмаркинга 5 Изучите подходы к организации бенчмаркинга

Тема 6. Особенности проведения бенчмаркинга в России и за рубежом

устный опрос , примерные вопросы:

Дать ответы на следующие вопросы: 1 Каковы особенности применения бенчмаркинга в России 2 Каковы особенности применения бенчмаркинга за рубежом? 3 С какими проблемами сталкиваются компании при применении опыта иностранных компаний 4 Перечислите нормативные документы правового обеспечения бенчмаркинга

эссе , примерные темы:

Написать эссе на тему "Примеры проведения бенчмаркинга в разных странах"

Тема 7. Экономический эффект от использования бенчмаркинга

домашнее задание , примерные вопросы:

Выполнить задание кейса с применением методики ABC-анализ и XYZ-анализ

устный опрос , примерные вопросы:

Дать ответы на следующие вопросы: 1 Что представляет собой понятие эффект 2 Проведите анализ подходов к оценке эффективности бенчмаркинга 3 Выделите особенности подходов к оценке эффективности бенчмаркинга

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

Примерные вопросы к экзамену:

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 Маркетинговый анализ: Учебное пособие / Н.А. Казакова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 240 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-005220-5, 300 экз. <http://znanium.com/bookread2.php?book=455015>

2 Управление организацией: Учебник / А.Г. Поршнева, Г.Л. Азоев, В.П. Баранчев; Под ред. А.Г. Поршнева и др. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 736 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (обложка) ISBN 978-5-16-009865-4, 12 экз. <http://znanium.com/bookread2.php?book=484522>

3 Лайкер, Дж. Практика дао Toyota: Руководство по внедрению принципов менеджмента Toyota [Электронный ресурс] / Джеффри Лайкер, Дэвид Майер; Пер. с англ. ? 5-е изд. ? М.: Альпина Паб лишерз, 2014. ? 584 с. ? (Серия 'Модели менеджмента ведущих корпораций'). - ISBN 978-5-9614-1626-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=519168> <http://znanium.com/bookread2.php?book=519168>

7.3. Интернет-ресурсы:

журнал - benchmarking-ci.ru

журнал - www.pl-e.ru/w/Benchmarking

поисковые системы - yandex.ru

поисковые системы - rambler.ru

справочно-информационные системы - garant.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.

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.

1

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 38.03.02 "Менеджмент" и профилю подготовки Маркетинг .

Автор(ы):

Шарафутдинова Н.С. _____

Шафигуллина А.В. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Новикова Е.Н. _____

"__" _____ 201__ г.