

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций  
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



подписано электронно-цифровой подписью

## Программа дисциплины

Бенчмаркинг Б1.В.ДВ.01.02

Направление подготовки: 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Медиааналитика

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2019

**Автор(ы):** Зиятдинова Э.М.

**Рецензент(ы):** Морозова Г.В.

### **СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No \_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 20 \_\_ г.

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций):

Протокол заседания УМК No \_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 20 \_\_ г.

## Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
  - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
  - 4.2. Содержание дисциплины
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
  - 6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения
  - 6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
  - 6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
  - 6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
  - 7.1. Основная литература
  - 7.2. Дополнительная литература
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Программу дисциплины разработал(а)(и) ассистент, к.н. Зиятдинова Э.М. (Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций), EIMZiyatdinova@kpfu.ru

### 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Выпускник, освоивший дисциплину, должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-10	способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки
ПК-11	способен использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов
ПК-9	способен разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов, бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью

Выпускник, освоивший дисциплину:

Должен знать:

- общие понятия о бенчмаркинге;
- цели и задачи бенчмаркинга,
- основные принципы бенчмаркинга;
- методику проведения бенчмаркинга;
- типы, виды и процессы бенчмаркинга;
- этапы проведения бенчмаркинга;
- особенности применения бенчмаркинга в разных странах;
- пути и направления повышения эффективности деятельности организации посредством использования бенчмаркинга.

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

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,

Должен демонстрировать способность и готовность:

- применения методик и принципов бенчмаркинга в медианалитике

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ДВ.01.02 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью (Медиааналитика)" и относится к дисциплинам по выбору.

Осваивается на 1 курсе в 1 семестре.

### 3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетных(ые) единиц(ы) на 36 часа(ов).

Контактная работа - 24 часа(ов), в том числе лекции - 8 часа(ов), практические занятия - 16 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 12 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 0 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 1 семестре.

### 4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

#### 4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Основные виды бенчмаркинга и их особенности	1	2	4	0	2
2.	Тема 2. Методы и виды маркетинговых исследований	1	2	4	0	2
3.	Тема 3. Организация бенчмаркинга	1	2	4	0	4
4.	Тема 4. Особенности проведения бенчмаркинга в России и за рубежом	1	2	4	0	4
	Итого		8	16	0	12

#### 4.2 Содержание дисциплины

##### Тема 1. Основные виды бенчмаркинга и их особенности

1. Принципы бенчмаркинга 2. Виды бенчмаркинга

Существуют четыре основных вида бенчмаркинга: внутренний, конкурентный, функциональный и общий.

Бенчмаркинг - это непрерывный процесс оценки уровня продукции, услуг и методов работы на основе сравнения с самыми сильными конкурентами или теми компаниями, которые признаны лидерами [5] (исполнительный директор компании "Ксерокс" Д.Т. Кернз). Американский центр производительности и качества считает, что бенчмаркинг - это процесс постоянного исследования наилучших практик, которые определяют наиболее высокую характеристику конкурентоспособности. Роберт С. Кэмп - корифей бенчмаркинга еще времен Хероха - характеризует бенчмаркинг как "непрерывный поиск решений, базирующихся на лучших методах и процессах всей индустрии (так называемых best practices), которые дают предприятию возможность наивысших достижений" [4]. Бенчмаркинг - это непрерывный процесс, открывающий, изучающий и оценивающий все лучшее в других организациях с целью использования знаний в работе своей организации

Внутренний бенчмаркинг - это сравнение бизнес процесса с похожим процессом внутри организации.

Конкурентный бенчмаркинг - это прямое сравнение продукта, услуги, процесса или метода в рамках отношений "конкурент-конкурент".

Функциональный бенчмаркинг - это сравнение с похожей или идентичной практикой аналогичных или похожих функций вне непосредственной отрасли промышленности.

Общий бенчмаркинг широко охватывает не связанные бизнес-процессы или функции, которые могут быть осуществлены одинаковыми или подобными способами, независимо от отрасли.

##### Тема 2. Методы и виды маркетинговых исследований

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

Маркетинговая информация - это знания, сведения, данные о каком-либо объекте, событии, процессе или явлении, необходимые для подготовки и принятия маркетинговых решений.

Маркетинговая информация может быть классифицирована:

1) по источнику и способу получения: вторичная и первичная информация;

2) по характеру информации: количественная и качественная информация;

3) по информационным потокам относительно отдела маркетинга: входящая, анализируемая, хранимая, выходящая.

Первичная информация - это информация об объекте исследования, полученная непосредственно от источника (в момент возникновения) в результате специально проведенных для решения конкретных проблем так называемых полевых маркетинговых исследований.

Под вторичной информацией, применяемой при проведении, так называемых, кабинетных маркетинговых исследований, понимают информацию об объекте исследования, собранную ранее из внешних и внутренних источников для целей, отличных от целей конкретного маркетингового исследования. Источники вторичной информации делятся по отношению к предприятию на внутренние и внешние.

К основным недостаткам вторичной информации по сравнению с первичной можно отнести трудность оценки полноты, достоверности и возможности использования информации, а также ее доступность для конкурентов. Достоинствами вторичной информации, как правило, являются: быстрота получения и меньшая стоимость по сравнению с первичной информацией и возможность сопоставления нескольких источников.

Выделяют три основных метода сбора первичной информации, а именно: наблюдение, опрос, эксперимент

### **Тема 3. Организация бенчмаркинга**

Технология организации бенчмаркинга представляет собой процесс, который можно описать шестью основными этапами.

Этап 1. Анализ показателей работы своего предприятия и выбор объекта бенчмаркинга

Первый шаг процесса бенчмаркинга - определение объекта исследования - исходит из потребностей организации в информации.

Согласно исследованиям проведенным на российских промышленных предприятиях, главным фактором стимулирующим технологические изменения, стало обеспечение большей гибкости производства (44%). Это связано с необходимостью быстрого приспособления к меняющемуся спросу на товарных рынках, с общей неопределенностью переходного периода. Экономия энергоресурсов и снижение материальных затрат оказались следующими по значимости факторами (32 и 29%). При этом из поля зрения промышленных предприятий выпадает проблема снижения нагрузки на окружающую среду и внедрения экологически щадящих технологий. Этап 2. Планирование и организация бенчмаркинг-исследования

На этом этапе намечается порядок выполнения бенчмаркинг-проекта, назначаются ответственные исполнители, выделяются необходимые ресурсы, определяются сроки завершения каждого мероприятия.

Бенчмаркинг может быть проведен и одним лицом, однако чаще он считается командной деятельностью, так как:

Этап 3. Выбор партнера по бенчмаркингу

Партнер по бенчмаркингу - это любая организация, предоставляющая информацию в рамках бенчмаркинг-исследования о возможных путях осуществления хозяйственного процесса: о его технологии, используемых ресурсах, получаемых результатах.

Алгоритм поиска партнеров по бенчмаркингу следующий. 1. Выработка критериев отбора кандидатов (например, признанные лидеры отрасли; фирмы, получившие премию за качество; фирмы, имеющие множество разбросанных пунктов обслуживания клиентов).

2. Составление предварительного списка кандидатов: 50-80 фирм из разных отраслей. Методы составления списка: поиск по вторичным внутренним и внешним источникам, мозговая атака членов бенчмаркинг-команды, опрос руководителей, операторов хозяйственного процесса, поставщиков и потребителей. Выбор конкретного вида бенчмаркинга обусловлен:

? целями бенчмаркинга;

? бенчмаркинг-опытом фирмы;

? наличием контактов с предприятиями других отраслей. Этап 4. Сбор информации о факторах превосходства

Целью четвертого этапа является удовлетворение потребностей в информации объеме, достаточном для целей анализа. Успех этого шага зависит от планирования объема и содержания работ, проведенного на предыдущих этапах. И перечень необходимых сведений, и количество источников информации могут значительно различаться в зависимости от содержания проекта. Иногда достаточно сотрудничества со сравнительно небольшой группой людей, которые обладают всеми необходимыми знаниями, иногда требуется активное длительное взаимодействие с различными источниками как внутри, так и вне изучаемого предприятия.

Предпочтение при этом следует отдавать меньшему объекту достоверной информации, а не большим массивам данных неоднородного качества. Этап 5. Анализ полученной информации и подготовка проекта новаций

На этом этапе решается задача сравнительного анализа и прогноза использования различных технологий осуществления бизнес-процесса в имеющихся и будущих условиях внешней среды.

? различия в эффективности методов;

Этап 6. Внедрение новаций в бизнес-процесс своего предприятия

#### **Тема 4. Особенности проведения бенчмаркинга в России и за рубежом**

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

В России применение бенчмаркинга пока недостаточно по сравнению с мировыми странами такими как США, Япония и другие. За рубежом бенчмаркинг регулируется и поддерживается на государственном уровне: создаются организации для поиска партнеров по бенчмаркингу. В России может быть выделено единственное ежегодное крупное мероприятие, которое поддерживает развитие данного процесса - Премия правительства в области качества, с помощью которой предприятие может усовершенствовать различные сферы своей деятельности и стать эталонным по сравнению с другими.

В России появляются фирмы, использующие бенчмаркинг, но пока их немного. Зато все хорошо знают, что менеджеры среднего и высшего звена вступая в неформальные отношения с партнерами или конкурентами часто используют лучшие достижения друг друга у себя в компании.

Практика в России показывает, что прямое общение с коллегами по бизнесу приносит ценные для идеи и знания, что, чаще всего, способствует внедрению новых форм управления компанией, новых программных продуктов, использованию усовершенствованных технологий в производстве. В российских реалиях бенчмаркинг осуществляется менеджерами, умеющими строить отношения с конкурентами.

Отношение к бенчмаркингу среди российских управленцев неоднозначное: с одной стороны, все понимают его необходимость, с другой стороны используемые компанией новшества могут рассматриваться, как конкурентное преимущество, которым нет желания делиться. Прежде всего необходимо понимать, что бенчмаркинг уместен в развивающихся отраслях, где имеется большой потенциал развития, и каждый шаг вперед одного не выбросит с рынка другого. Уместность бенчмаркинга также может быть определена релевантностью.

#### **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301).

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений".

Положение от 29 декабря 2018 г. № 0.1.1.67-08/328 "О порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Положение № 0.1.1.67-06/241/15 от 14 декабря 2015 г. "О формировании фонда оценочных средств для проведения текущей, промежуточной и итоговой аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Положение № 0.1.1.56-06/54/11 от 26 октября 2011 г. "Об электронных образовательных ресурсах федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Регламент № 0.1.1.67-06/66/16 от 30 марта 2016 г. "Разработки, регистрации, подготовки к использованию в учебном процессе и удалення электронных образовательных ресурсов в системе электронного обучения федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Регламент № 0.1.1.67-06/11/16 от 25 января 2016 г. "О балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Регламент № 0.1.1.67-06/91/13 от 21 июня 2013 г. "О порядке разработки и выпуска учебных изданий в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

## 6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

### 6.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения

Этап	Форма контроля	Оцениваемые компетенции	Темы (разделы) дисциплины
<b>Семестр 1</b>			
	<i>Текущий контроль</i>		
1	Тестирование	ПК-10 , ПК-9 , ПК-11	1. Основные виды бенчмаркинга и их особенности 2. Тема 2. Методы и виды маркетинговых исследований 3. Тема 3. Организация бенчмаркинга 4. Особенности проведения бенчмаркинга в России и за рубежом
2	Устный опрос	ПК-9 , ПК-10 , ПК-11	3. Тема 3. Организация бенчмаркинга
	<b>Зачет</b>	ПК-10, ПК-11, ПК-9	

### 6.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
<b>Семестр 1</b>					
<b>Текущий контроль</b>					
Тестирование	86% правильных ответов и более.	От 71% до 85 % правильных ответов.	От 56% до 70% правильных ответов.	55% правильных ответов и менее.	1
Устный опрос	В ответе качественно раскрыто содержание темы. Ответ хорошо структурирован. Прекрасно освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован высокий уровень понимания материала. Превосходное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Основные вопросы темы раскрыты. Структура ответа в целом адекватна теме. Хорошо освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован хороший уровень понимания материала. Хорошее умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Тема частично раскрыта. Ответ слабо структурирован. Понятийный аппарат освоен частично. Понимание отдельных положений из материала по теме. Удовлетворительное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Тема не раскрыта. Понятийный аппарат освоен неудовлетворительно. Понимание материала фрагментарное или отсутствует. Неумение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	2
	<b>Зачтено</b>		<b>Не зачтено</b>		
<b>Зачет</b>	Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой дисциплины.		Обучающийся обнаружил значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен продолжить обучение или приступить по окончании университета к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.		

**6.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

**Семестр 1**

**Текущий контроль**

**1. Тестирование**

Темы 1, 2, 3, 4

1. Проект по бенчмаркингу должен быть согласован:

- a) с миссией организации
- b) с оперативными планами финансового отдела
- c) с партнерами организации
- d) с потребителями организации
- e) с общественными организациями

2. Объектами бенчмаркинга могут быть:

- a) стратегия
- b) показатели продукции / услуг
- c) процессы
- d) политика ценообразования
- e) коммерческая информация

3. Внутренний бенчмаркинг предполагает:

- a) проведение сравнений между различными подразделениями организации
- b) проведение сравнения с организациями, не относящимися к числу внутриотраслевых конкурентов, но осуществляющих функциональную деятельность, в улучшении которой заинтересована компания
- c) сравнение бизнес-процессов, протекающих в организациях, относящихся к разным отраслям промышленности
- d) сравнительный анализ только лучших представителей того или иного рынка или бизнеса
- e) проведение сравнения с организациями, относящимися к числу внутриотраслевых конкурентов

4. В качестве партнера по стратегическому бенчмаркингу предпочтительнее выбирать:

- a) наиболее сильного конкурента
- b) лидера из другой отрасли
- c) функционального лидера
- d) поставщика продукции
- e) заказчика

5. Результаты проекта по бенчмаркингу должны быть представлены:

- a) менеджерам организации
- b) партнерам
- c) всем заинтересованным лицам, которые окажутся в зоне влияния результатов проекта
- d) поставщикам
- e) потребителям

6. Концентрация внимания на бизнес-процессах позволяет:

- a) сопоставлять результаты внедрения TQM с тем, что было до внедрения системы
- b) выявить их глобальные недостатки, такие как необоснованные задержки, недостаток оперативного контроля
- c) выделить те этапы процесса, по которым нет четкого закрепления ответственности за их успешную реализацию
- d) частичное применение продуктового бенчмаркинга, основной целью которого будет сравнение собственной продукции с товарами конкурентов
- e) развивать партнерство внутри фирмы

7. В качестве партнера по функциональному бенчмаркингу предпочтительнее выбирать:

- a) наиболее сильного конкурента
- b) лидера из другой отрасли
- c) функционального лидера
- d) поставщика продукции
- e) заказчика

8. Планирование бенчмаркинга состоит из следующих этапов:

- a) определение расхождений, важных с точки зрения обеспечения конкурентоспособности
- b) определение предмета бенчмаркинга
- c) пересмотр установленных целей и оперативных планов
- d) определение метода сбора данных, сбор данных
- e) установление партнера

9. Сравнение характеристик, полученных на нескольких предприятиях для установления различий в характеристиках процессов, - это:

- a) взаимность



- b) измерение
- c) аналогия
- d) достоверность
- e) обмен

10. Установление партнера включает следующие действия :

- a) установление контактов с потенциальными партнерами
- b) разработка критериев отбора партнеров
- c) определение методов сбора данных
- d) определение операционных различий
- e) определение ключевых критериев эффективности выполнения процесса

## **2. Устный опрос**

Тема 3

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

2. 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

3. 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

## **Зачет**

Вопросы к зачету:

1. В чем состоит сущность понятия ?бенчмаркинг?.
2. В чем заключаются основные этапы эволюции бенчмаркинга?
3. Назовите основные причины проведения бенчмаркинга.
4. Назовите типы бенчмаркинга.
5. Каковы основные отличия между стратегическим и глобальным бенчмаркингом?
6. Раскройте сущность функционального бенчмаркинга.
7. Назовите направления операционного бенчмаркинга?
8. Назовите объекты бенчмаркинга.
9. Обоснуйте роль бенчмаркингового подхода в повышении конкурентоспособности предприятия.
10. Какие основные принципы этики нужно соблюдать при проведении бенчмаркинга, чтобы получить желаемый результат?
11. На чем основывается принцип взаимность?
12. Что подразумевает принцип аналогия при проведении бенчмаркинга?
13. В чем сущность достоверности бенчмаркинга?
14. Какова цель принципа измерения при проведении бенчмаркинга?
15. Какова роль маркетинговых исследований для достижения целей бенчмаркинга?
16. Проанализируйте комбинации типов и объектов бенчмаркинга.
17. Назовите этапы проведения бенчмаркинга.
18. Назовите факторы определения предмета бенчмаркинга.
19. Перечислите формы установления контактов с потенциальными партнерами.
20. Назовите критерии отбора партнеров.
21. Перечислите методы сбора данных.
22. В чем заключается сущность анализа расхождений между объектом бенчмаркинга и объектом лучшего конкурента.
23. Назовите критерии для определения практик для создания превосходного процесса.
24. Перечислите круг лиц, заинтересованных в знании результатов бенчмаркинга.
25. Перечислите способы предоставления результатов.
26. В чем сущность этапа ?пересмотр целей и оперативных планов?.
27. Перечислите последовательность операций при разработке плана действий.

## **6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

В КФУ действует балльно-рейтинговая система оценки знаний обучающихся. Суммарно по дисциплине (модулю) можно получить максимум 100 баллов за семестр, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов.

Для зачёта:

56 баллов и более - "зачтено".

55 баллов и менее - "не зачтено".

Для экзамена:

86 баллов и более - "отлично".

71-85 баллов - "хорошо".

56-70 баллов - "удовлетворительно".

55 баллов и менее - "неудовлетворительно".

Форма контроля	Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	Этап	Количество баллов
<b>Семестр 1</b>			
<b>Текущий контроль</b>			
Тестирование	Тестирование проходит в письменной форме или с использованием компьютерных средств. Обучающийся получает определённое количество тестовых заданий. На выполнение выделяется фиксированное время в зависимости от количества заданий. Оценка выставляется в зависимости от процента правильно выполненных заданий.	1	40
Устный опрос	Устный опрос проводится на практических занятиях. Обучающиеся выступают с докладами, сообщениями, дополнениями, участвуют в дискуссии, отвечают на вопросы преподавателя. Оценивается уровень домашней подготовки по теме, способность системно и логично излагать материал, анализировать, формулировать собственную позицию, отвечать на дополнительные вопросы.	2	10
<b>Зачет</b>	Зачёт нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Обучающийся получает вопрос (вопросы) либо задание (задания) и время на подготовку. Зачёт проводится в устной, письменной или компьютерной форме. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания, навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий.		50

## 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

### 7.1 Основная литература:

Медиа. Введение / Бриггз А., Кобли П., Никуличев Ю.В., - 2-е изд. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 550 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/872861>

Формирование механизма бенчмаркингового взаимодействия предприятий в сфере инновационной деятельности: монография / Семеркова Л.Н., Шерстобитова Т.И. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 160 с.: 60x90 1/16. - (Научная мысль) Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/952145>

Кожевников, С.А. Эффективность государственного управления: проблемы и методы повышения [Электронный ресурс] : монография / С.А. Кожевников, Е.Д. Копытова ; под. ред. науч. рук. В.А. Ильина. - Вологда : ФГБУН ВолНЦ РАН, 2018. - 208 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1019447>

### 7.2. Дополнительная литература:

Демина И.Д., Бенчмаркинг как инструмент оценки эффективности системы внутреннего контроля [Электронный ресурс] / Демина И.Д. - М. : Проспект, 2016. - 128 с. - ISBN 978-5-392-21563-8 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392215638.html>

Менеджмент. Книга 4. Управление человеческим потенциалом в социально-экономических системах: Монография / С.Д. Резник. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 319 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/448652>

Менеджмент: Учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям, по направлению 'Менеджмент' / Под ред. Максимцов М.М., - 4-е изд., перераб. и доп. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 343 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/876945>

## 8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Brand Analytics - <https://br-analytics.ru>

Журнал о PR - <http://mediabitch.ru/benchmarking/>

Менеджмент качества - [http://www.kpms.ru/General\\_info/Benchmarking.htm](http://www.kpms.ru/General_info/Benchmarking.htm)

## 9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	<p>Методические рекомендации к лекциям.</p> <p>Лекции - форма учебного занятия, цель которого состоит в рассмотрении теоретических вопросов излагаемой дисциплины в логически выдержанной форме. Очно-заочная форма обучения предполагает чтение лишь установочных лекций по каждому разделу курса. Лектор успеваает только заложить фундамент знаний по дисциплине и наметить линию для дальнейшего самостоятельного изучения курса студентами. Он акцентирует внимание студентов на наиболее важных моментах обширного по объему изучаемого материала. Поэтому студентам настоятельно рекомендуется посещать все лекции и вести конспекты лекций, выделяя в них ключевые моменты.</p> <p>В преподавании дисциплины используются несколько форм лекций. Лекция - визуализация. В каждой презентации в среднем 18-25 слайдов. Лекция с элементами пресс-конференции, в начале лекции собираются вопросы, в лекции раскрываются, а в конце переадресовываются аудитории. В основном развивает знаниевый компонент и умения. Лекция - дискуссия. Заранее озвучивается тема лекции. Предусматривается самостоятельное чтение студентами учебно-методической и справочной литературы, предлагается изложить в мини-презентации освоенный материал. Проводится свободная дискуссия по представленному и дополнительному материалу. Учитываются следующие критерии: содержание; структура изложения; новизна информации; средства подачи.</p> <p>Каждому студенту целесообразно прослушать все лекции по курсу, составляя конспекты и выделяя в них наиболее значимые положения. Для более эффективного освоения материала целесообразно, чтобы студенты заранее просматривали материалы в Интернете по будущей теме.</p> <p>Для активизации процесса запоминания материала при конспектировании лекций необходимо учесть следующие рекомендации:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Разделить поле тетради на две части (сделав поля по 5 см.). Меньшее поле используется для опорных слов, составления небольших таблиц и схем, а основное поле - для остального текста;</li> <li>1.2. Выстраивать большую часть основного содержания структурно: в столбик в виде сравнительных таблиц;</li> <li>1.3. Максимально использовать схемы композиций произведений;</li> <li>1.4. Свести к минимуму информацию в форме развернутых предложений, используя для вступительной части и выводов;</li> <li>1.5. Выделять новые темы и опорные слова.</li> </ol> <p>Лекции служат теоретической подготовкой к практическим занятиям.</p>

Вид работ	Методические рекомендации
практические занятия	<p>Методические рекомендации к практическим занятиям</p> <p>Процесс обучения имеет две стороны: с одной стороны необходимо владеть теоретическими знаниями, с другой - нужно обсуждение сложных или спорных вопросов стилистики и оценки произведения. Часть аудиторного времени по данному курсу отводится практическим занятиям, которые проходят в форме семинаров согласно теме, цели, задачам и вопросам для обсуждения.</p> <p>Участие в практическом занятии позволит студенту разобраться в сложных для него проблемах, получить ответы на вопросы, которые оказались непонятными. Обмен мнениями и активное обсуждение с другими студентами группы проблематики истории искусства будет способствовать более успешному овладению учебным материалом.</p> <p>Семинар ? одна из форм практических занятий, проводимых по наиболее сложным вопросам (темам, разделам) с целью формирования и развития у обучающихся навыков самостоятельной работы, научного мышления, умения активно участвовать в творческой дискуссии, делать выводы, аргументировано излагать свое мнение и отстаивать его. Семинарские занятия проводятся главным образом по гуманитарным и социально-экономическим дисциплинам, требующим научно-теоретического анализа литературных источников.</p> <p>При подготовке к семинару студенту следует воспользоваться программой курса: прочитать перечень вопросов для обсуждения, ознакомиться со списком основной и обязательной литературы. После этого студенту предстоит законспектировать обязательную литературу. Для этого надо внимательно прочесть рекомендуемые тексты, а затем выписать в специальную тетрадь те идеи и выводы, которые важны для ответа на вопросы плана данного семинарского занятия. Далее студенту целесообразно перечитать конспект лекции по соответствующей теме, а затем изучить соответствующие разделы учебника или учебного пособия. Если какие-либо вопросы остались непонятными или же вызвали особый интерес, их надо зафиксировать и обратиться к дополнительной литературе. Такие вопросы, далее, следует предложить для общего обсуждения на семинаре. Вся необходимая для подготовки литература имеется в читальном зале научной библиотеки КФУ или полнотекстовых электронных базах данных "znanium", "ELIBRARY.RU", "БиблиоРоссика".</p> <p>При подготовке к семинару, который предполагает наряду с прослушиванием докладов ответы на теоретические вопросы, рекомендуется придерживаться следующей последовательности в работе:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сначала повторить, а при необходимости изучить зрительный ряд, относящийся к пройденному материалу: практические работы, схемы и иллюстрации в конспектах лекций и учебной литературе;</li> <li>2. Повторить специальные слова и выражения;</li> <li>3. Повторить текстовой материал лекций;</li> <li>4. Прочитать текст лекций и учебной литературы.</li> </ol> <p>Каждому студенту необходимо готовиться ко всем вопросам семинара.</p>
самостоятельная работа	<p>Методические рекомендации к самостоятельной работе.</p> <p>Студенты получают от преподавателя групповые/индивидуальные задания на самостоятельную работу, которые заключаются: в проработке лекций; знакомстве с видеорядом по теме; изучении литературы по теме предмета, выполнении самостоятельных заданий.</p>
тестирование	<p>Методические рекомендации к тестированию</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>а) готовясь к тестированию, проработайте информационный материал по дисциплине. Проконсультируйтесь с преподавателем по вопросу выбора учебной литературы;</li> <li>б) четко выясните все условия тестирования заранее. Вы должны знать, сколько тестов Вам будет предложено, сколько времени отводится на тестирование, какова система оценки результатов и т.д.</li> <li>в) приступая к работе с тестами, внимательно и до конца прочтите вопрос и предлагаемые варианты ответов. Выберите правильные (их может быть несколько). На отдельном листке ответов выпишите цифру вопроса и буквы, соответствующие правильным ответам;</li> <li>г) если Вы встретили чрезвычайно трудный для Вас вопрос, не тратьте много времени на него. Переходите к другим тестам. Вернитесь к трудному вопросу в конце.</li> <li>д) обязательно оставьте время для проверки ответов, чтобы избежать механических ошибок.</li> </ol>

Вид работ	Методические рекомендации
устный опрос	<p>Целью устного собеседования являются обобщение и закрепление изученного курса. Студентам предлагаются для освещения сквозные концептуальные проблемы. При подготовке следует использовать лекционный материал и учебную литературу. Для более глубокого постижения курса и более основательной подготовки рекомендуется познакомиться с указанной дополнительной литературой. Готовясь к семинару, студент должен, прежде всего, ознакомиться с общим планом семинарского занятия. Следует внимательно прочесть свой конспект лекции по изучаемой теме и рекомендуемую к теме семинара литературу. При этом важно научиться выделять в рассматриваемой проблеме самое главное и сосредотачивать на нем основное внимание при подготовке. С новыми терминами и понятиями следует ознакомиться в предлагаемом глоссарии, словаре или энциклопедии. Ответ на каждый вопрос из плана семинарского занятия должен быть доказательным и аргументированным, студенту нужно уметь отстаивать свою точку зрения. Для этого следует использовать документы, монографическую, учебную и справочную литературу. Активно участвуя в обсуждении проблем на семинарах, студенты учатся последовательно мыслить, логически рассуждать, внимательно слушать своих товарищей, принимать участие в спорах и дискуссиях. Для успешной подготовки к устному опросу, студент должен законспектировать рекомендуемую литературу, внимательно осмыслить фактический материал и сделать выводы. Студенту надлежит хорошо подготовиться, чтобы иметь возможность грамотно и полно ответить на заданные ему вопросы, суметь сделать выводы и показать значимость данной проблемы для изучаемого курса. Студенту необходимо также дать анализ той литературы, которой он воспользовался при подготовке к устному опросу на семинарском занятии. При подготовке, студент должен правильно оценить вопрос, который он взял для выступления к семинарскому занятию. Но для того чтобы правильно и четко ответить на поставленный вопрос, необходимо правильно уметь пользоваться учебной и дополнительной литературой. Перечень требований к любому выступлению студента примерно таков: - связь выступления с предшествующей темой или вопросом. - раскрытие сущности проблемы. - методологическое значение для научной, профессиональной и практической деятельности. Выступление студента должно соответствовать требованиям логики. Четкое вычленение излагаемой проблемы, ее точная формулировка, неукоснительная последовательность аргументации именно данной проблемы, без неоправданных отступлений от нее в процессе обоснования, безусловная доказательность, непротиворечивость и полнота аргументации, правильное и содержательное использование понятий и терминов.</p>
зачет	<p>Методические рекомендации по подготовке к зачету Зачет преследует цель оценить работу студента. Полученные теоретические знания, их прочность, развитие творческого мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умения синтезировать полученные знания и применять на практике решение практических задач. Лекции, семинары и контрольные работы являются важными этапами подготовки к зачету, поскольку студент имеет возможность оценить уровень собственных знаний и своевременно восполнить имеющиеся пробелы. В этой связи необходимо для подготовки к зачету первоначально прочитать лекционный материал, а также соответствующие разделы рекомендуемых учебных пособий. Лучшим вариантом является тот, при котором студент использует при подготовке как минимум два учебных пособия. Это способствует разностороннему восприятию конкретной темы. Для качественной подготовки к семинарским занятиям необходимо привлекать материалы научно-периодических изданий, а также материалы подготовленных и зачетных творческих заданий.</p>

#### 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Освоение дисциплины "Бенчмаркинг" предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows Professional 7 Russian

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. 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, учебно-методические комплексы, 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 образования (ФГОС ВО) нового поколения.

#### **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

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

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.

#### **12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью" и магистерской программе Медиааналитика .