

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Агафонов Александр Владимирович  
Должность: директор филиала  
Дата подписания: 29.05.2020 15:07:07  
Уникальный идентификатор:  
2539477a8ecf706dc9cf164bc411eb6d3c4ab06

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ**  
**ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
**ЧЕБОКСАРСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ) МОСКОВСКОГО ПОЛИТЕХНИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА**

**Кафедра менеджмента и экономики**

**УТВЕРЖДАЮ**  
**Директор филиала**  
А.В. Агафонов  
«29» мая 2020г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«БЕНЧ-МАРКИНГ»**  
(наименование дисциплины)

Направление подготовки	<b>38.03.01 «Экономика»</b> <small>(код и наименование направления подготовки)</small>
Направленность (профиль) подготовки	<b>«Экономика предприятий и организаций»</b> <small>(наименование профиля подготовки)</small>
Квалификация выпускника	<b>бакалавр</b>
Форма обучения	<b>очная, заочная</b>

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с:

- федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (уровень бакалавриата), утвержденный приказом Министерства образования и науки РФ от 12 ноября 2015 г. № 1327 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (уровень бакалавриата)»
- учебным планом (очной, заочной форм обучения) по направлению подготовки 38.03.01 Экономика.

Автор Иванцев Николай Александрович, кандидат экономических наук, доцент кафедры Менеджмента и экономики

(указать ФИО, ученую степень, ученое звание или должность)

Программа одобрена на заседании кафедры Менеджмента и экономики (протокол № 10 от 16.05.2020).

# 1. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (Цели освоения дисциплины)

Целями освоения дисциплины «Бенч-маркинг» являются:

- формирование профессиональных компетенций для успешного решения исследовательских задач в области анализа и использования лучших практик ведения бизнеса.

Задачами освоения дисциплины «Бенч-маркинг» являются:

- сформировать у магистрантов представление о методах и технологиях использования лучших практик ведения бизнеса;

- раскрыть содержание и роль бенч-маркинга как инструмента повышения конкурентоспособности бизнеса;

- сформировать навыки обобщения и анализа результатов исследования актуальных проблем управления бизнесом;

- изучить способы использования лучшего опыта и результатов, полученных отечественными и зарубежными фирмами.

## 1.2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
		Знать	Уметь	Владеть
ПК-4	способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты	методику построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, методы анализа и содержательной интерпретации полученных результатов	применять методику построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты	навыками построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов

Код компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
		Знать	Уметь	Владеть
ПК-11	способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий	способы оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методику разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий	критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий	навыками оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методикой разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Бенч-маркинг» реализуется в рамках дисциплин и курсов по выбору студентов, устанавливаемые ВУЗом для обучающихся очной и заочной форм обучения.

В методическом плане дисциплина опирается на знания, умения и компетенции, сформированные при изучении следующих учебных дисциплин: «Математика», «Экономическая теория», «Институциональная экономика», «Введение в экономику», «Управление качеством», «Экономика предприятия», «Анализ финансово-хозяйственной деятельности».

Дисциплина «Бенч-маркинг» является основой для дальнейшего изучения следующих дисциплин: «Антикризисное управление», «Контроллинг на предприятии», «Стратегический менеджмент».

## 3. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц – 180 часов, из них:

Семестр	Форма обучения	Распределение часов				РГР, КР, КП	Форма контроля
		Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа		
6	очная	18	-	36	90	КР	Экзамен
6,7	заочная	10	-	10	147	КР	Зачет, Экзамен

#### 4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) Очная форма обучения

Тема (раздел)	Распределение часов			Самостоятельная работа	Формируемые компетенции (код)
	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия		
Тема 1. Актуальность, предмет, задачи и содержание учебной дисциплины «Бенчмаркинг»	2	-	4	12	ПК-4, ПК-11
Тема 2. Сущность бенчмаркинга и история его развития	2	-	4	12	ПК-4, ПК-11
Тема 3. Особенности бенчмаркинга	2	-	4	12	ПК-4, ПК-11
Тема 4. Информационное обеспечение бенчмаркинга	2	-	4	12	ПК-4, ПК-11
Тема 5. Процесс бенчмаркинга	2	-	4	12	ПК-4, ПК-11
Тема 6. Конкурентный бенчмаркинг	4	-	8	6	ПК-4, ПК-11
Тема 7. Бенчмаркинг лояльности клиентов	2	-	4	12	ПК-4, ПК-11
Тема 8. Функциональный и стратегический бенчмаркинг	2	-	4	12	ПК-4, ПК-11
<b>Экзамен</b>				36	

#### Заочная форма обучения

Тема (раздел)	Распределение часов			Самостоятельная работа	Формируемые компетенции (код)
	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия		
Тема 1. Актуальность, предмет, задачи и содержание учебной дисциплины «Бенчмаркинг»	2	-	-	18	ПК-4, ПК-11
Тема 2. Сущность бенчмаркинга и история его развития	-	-	2	19	ПК-4, ПК-11
Тема 3. Особенности бенчмаркинга	2	-	2	18	ПК-4, ПК-11
<b>Зачет</b>				4	
Тема 4. Информационное обеспечение бенчмаркинга	2	-	2	18	ПК-4, ПК-11
Тема 5. Процесс бенчмаркинга	-	-	-	19	ПК-4, ПК-11
Тема 6. Конкурентный бенчмаркинг	2	-	2	18	ПК-4, ПК-11
Тема 7. Бенчмаркинг лояльности клиентов	2	-	2	18	ПК-4, ПК-11

Тема (раздел)	Распределение часов			Самостоятельная работа	Формируемые компетенции (код)
	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия		
Тема 8. Функциональный и стратегический бенчмаркинг	-	-	-	19	ПК-4, ПК-11
<b>Экзамен</b>				9	

### 5. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины

Методика преподавания дисциплины и реализация компетентного подхода в изложении и восприятии материала предусматривает использование следующих активных и интерактивных форм проведения групповых, индивидуальных, аудиторных занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся: лекции-дискуссии, деловые игры.

По дисциплине «Бенч-маркинг» доля занятий, проводимых в интерактивной форме составляет 22,2 % от общего числа аудиторных занятий:

Вид занятия	Тема занятия	Количество часов	Интерактивная форма	Формируемые компетенции (код)
Лекция	Актуальность, предмет, задачи и содержание учебной дисциплины «Бенчмаркинг»	2	Лекция-дискуссия	ПК-4, ПК-11
Лекция	Сущность бенчмаркинга и история его развития	2	Лекция-дискуссия	ПК-4, ПК-11
Практическое занятие	Конкурентный бенчмаркинг	4	Деловая игра	ПК-4, ПК-11
Лекция	Бенчмаркинг лояльности клиентов	2	Лекция-дискуссия	ПК-4, ПК-11
Практическое занятие	Функциональный и стратегический бенчмаркинг	2	Деловая игра	ПК-4, ПК-11
Итого		12		
Доля интерактивных форм в аудиторных занятиях, %		22,2		

### 6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Самостоятельная работа студентов предусмотрена учебным планом по дисциплине в объеме 90 часов (очная форма обучения) и 147 часов (заочная форма обучения).

А) Тематика самостоятельной работы:

Индивидуальные задания:

*Темы для подготовки рефератов*

1. Бенчмаркинг: зарубежный опыт.
2. Бенчмаркинг: отечественный опыт.
3. Разработка проекта функционального бенчмаркинга.
4. Разработка проекта внутреннего бенчмаркинга.

5. Разработка проекта бенчмаркинга конкурентоспособности организации.
6. Разработка проекта бенчмаркинга клиента на примере организации.
7. Разработка проекта бенчмаркинга издержек организации.
8. Разработка проекта бенчмаркинга показателей продукции.
9. Разработка проекта бенчмаркинга процессов в организации.
10. Разработка проекта операционного бенчмаркинга в организации.
11. Разработка проекта стратегического бенчмаркинга организации.
12. Глобальный бенчмаркинг: оценка эффективности.
13. Бенчмаркинг в управлении качеством.
14. Реинжиниринг бизнес-процессов на предприятии.
15. Антикризисный реинжиниринг
16. Бенчмаркинг в стратегической деятельности предприятия
17. Знаки, информирующие о конкурентоспособности товаров
18. Ключевые факторы информационной системы бенчмаркинга зарубежных предприятий
19. Ключевые факторы информационной системы бенчмаркинга отечественных предприятий
20. Конкурентное позиционирование
21. Концептуальные решения в планировании конкурентоспособности товаров
22. Оценка отношения потребителей к товарным маркам и маркам обслуживания
23. Перспективы и возможности использования зарубежного опыта российскими предприятиями
24. Престижность товаров в системе оценки их конкурентоспособности
25. Программно-целевое планирование и стратегия повышения конкурентоспособности товаров
26. Процессный подход к управлению предприятием
27. Развитие и становление реинжиниринга в России и за рубежом
28. Сильные и слабые стороны бизнес-процесса в маркетинговой деятельности при его измерении
29. Системообразующие компоненты конкурентного потенциала товаров
30. Стратегический маркетинг в разработке стратегии повышения конкурентоспособности
31. Использование концепции бенчмаркинга в процессе достижения конкурентных преимуществ
32. Технологии конкурентного бенчмаркинга
33. Модель Шухарта-Дэминга в процессе бенчмаркинга
34. Модель Р. Кэмпбелла при осуществлении бенчмаркинга
35. Методы изучения конкурентов: ДЕА-анализ для бенчмаркинга
36. Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг параметров продукта
37. Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг качества продукта
38. Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг уровня обслуживания клиентов
39. Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг бренда (имиджа)
40. Оценка среды при осуществлении внешнего бенчмаркинга

41. Стратегический бенчмаркинг: использование матричных методов позиционирования продуктов (услуг)
42. Формирование конкурентной стратегии по результатам стратегического анализа
43. Оценка конкурентных сил (модель М. Портера)
44. Оценка положения компании в отрасли (выбор стратегии по матрицам БКГ, GE/McKinsey)
45. Применение методов управления качеством для повышения конкурентоспособности услуг компании
46. Анализ превосходства в системе бенчмаркинга
47. Использование SWOT-анализа в процессе бенчмаркинга
48. Направление реализации бенчмаркинга
49. Особенности применения функционального бенчмаркинга
50. Выбор предмета бенчмаркинга и партнера по исследованию (объект анализа). Поиск доступной информации
51. Глобальный бенчмаркинг: особенности развития и применения метода в разных странах

*Темы для подготовки докладов*

1. Сущность, цели и основные принципы бенчмаркинга.
2. Бенчмаркинг как инструмент повышения конкурентоспособности предприятия.
3. Классификация видов бенчмаркинга.
4. Исследования отечественных и зарубежных ученых в сфере бенчмаркинга.
5. Методика проведения бенчмаркинг-анализа организации.
6. Основные принципы проведения бенчмаркинг-анализа.
7. Характеристика основных этапов процесса бенчмаркинга
8. Характеристика и оценка модели «колесо бенчмаркинга», ее основных преимуществ и недостатков.
9. Бенчмаркинг как инструмент обеспечения конкурентоспособности
10. Сущность, содержание и роль конкурентного анализа
11. Этапы конкурентного анализа, технологии их реализации
12. Методологические основы проведения маркетингового исследования.
13. Характеристика основных инструментов маркетингового исследования.
14. Основные проблемы применения бенчмаркинга в России.
15. Зарубежные модели бенчмаркинга, их краткая характеристика.
16. Кадровое и информационное обеспечение бенчмаркинга.
17. Практика применения бенчмаркинга в зарубежных странах.
18. Технологии и процедуры бенчмаркинга, применяемые зарубежными странами
19. Оценка проведения бенчмаркинга на предприятии.

Б) Задания для выполнения курсовой работы

1. Разработка проекта функционального бенчмаркинга.

2. Разработка проекта внутреннего бенчмаркинга.
3. Разработка проекта бенчмаркинга конкурентоспособности организации.
4. Разработка проекта бенчмаркинга клиента на примере организации.
5. Разработка проекта бенчмаркинга издержек организации.
6. Разработка проекта бенчмаркинга показателей продукции.
7. Разработка проекта бенчмаркинга процессов в организации.
8. Разработка проекта операционного бенчмаркинга в организации.
9. Разработка проекта стратегического бенчмаркинга организации.
10. Глобальный бенчмаркинг: оценка эффективности.
11. Бенчмаркинг в управлении качеством.
12. Реинжиниринг бизнес-процессов на предприятии.
13. Антикризисный реинжиниринг
14. Бенчмаркинг в стратегической деятельности предприятия
15. Знаки, информирующие о конкурентоспособности товаров
16. Ключевые факторы информационной системы бенчмаркинга зарубежных предприятий
17. Ключевые факторы информационной системы бенчмаркинга отечественных предприятий
18. Конкурентное позиционирование
19. Концептуальные решения в планировании конкурентоспособности товаров
20. Оценка отношения потребителей к товарным маркам и маркам обслуживания
21. Перспективы и возможности использования зарубежного опыта российскими предприятиями
22. Престижность товаров в системе оценки их конкурентоспособности
23. Программно – целевое планирование и стратегия повышения конкурентоспособности товаров
24. Процессный подход к управлению предприятием
25. Развитие и становление реинжиниринга в России и за рубежом
26. Сильные и слабые стороны бизнес-процесса в маркетинговой деятельности при его измерении
27. Системообразующие компоненты конкурентного потенциала товаров
28. Стратегический маркетинг в разработке стратегии повышения конкурентоспособности
29. Использование концепции бенчмаркинга в процессе достижения конкурентных преимуществ
30. Технологии конкурентного бенчмаркинга
31. Модель Шухарта-Дэминга в процессе бенчмаркинга
32. Модель Р. Кэмпбелла при осуществлении бенчмаркинга
33. Методы изучения конкурентов: ДЕА-анализ для бенчмаркинга
34. Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг параметров продукта
35. Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг качества продукта
36. Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг уровня обслуживания клиентов
37. Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг бренда (имиджа)

38. Оценка среды при осуществлении внешнего бенчмаркинга
39. Стратегический бенчмаркинг: использование матричных методов позиционирования продуктов (услуг)
40. Формирование конкурентной стратегии по результатам стратегического анализа
41. Оценка конкурентных сил (модель М. Портера)
42. Оценка положения компании в отрасли (выбор стратегии по матрицам БКГ, GE/McKinsey)
43. Применение методов управления качеством для повышения конкурентоспособности услуг компании
44. Анализ превосходства в системе бенчмаркинга
45. Использование SWOT-анализа в процессе бенчмаркинга
46. Направление реализации бенчмаркинга
47. Особенности применения функционального бенчмаркинга
48. Выбор предмета бенчмаркинга и партнера по исследованию (объект анализа). Поиск доступной информации

**7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.**

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на разных уровнях сформированности:

Код, наименование компетенции	Уровень сформированности	Показатели достижения заданного уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Оценивание компетенции	Способы и средства оценивания уровня сформированности компетенции
ПК-4-способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты	Пороговый уровень	<p><b>знать: неполные представления о методике построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, методах анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</b></p> <p><b>уметь: несистематическое использование с погрешностями методике построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</b></p> <p><b>владеть: в целом успешное, но не систематическое использование навыков построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</b></p>	зачтено/удовлетворительно	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен
	Продвинутый уровень	<p><b>знать: в целом успешно, но с определенными пробелами в знаниях о методике построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, методах анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</b></p> <p><b>уметь: в целом успешно, но с определенными пробелами выбрать методику построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</b></p> <p><b>владеть: в целом успешно, но с определенными пробелами навыками построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</b></p>	зачтено/хорошо	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен

Код, наименование компетенции	Уровень сформированности	Показатели достижения заданного уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Оценивание компетенции	Способы и средства оценивания уровня сформированности компетенции
	Высокий уровень	<p><b>знать: сформированные систематические представления о методике построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, методах анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</b></p> <p><b>уметь: сформированное умение выбрать методику построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</b></p> <p><b>владеть: успешное и систематическое использование навыков построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</b></p>	зачтено//отлично	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен

Код, наименование компетенции	Уровень сформированности	Показатели достижения заданного уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Оценивание компетенции	Способы и средства оценивания уровня сформированности компетенции
ПК-11- способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий	Пороговый уровень	<p><b>знать: неполные представления о</b> способах оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методике разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p> <p><b>уметь: несистематическое использование с погрешностями</b> критической оценки предлагаемых вариантов управленческих решений и разработка и обоснование предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p> <p><b>владеть: в целом успешное, но не систематическое использование навыков</b> оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методике разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p>	зачтено/удовлетворительно	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен

Код, наименование компетенции	Уровень сформированности	Показатели достижения заданного уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Оценивание компетенции	Способы и средства оценивания уровня сформированности компетенции
	Продвинутый уровень	<p><b>знать: в целом успешно, но с определенными пробелами в знаниях о</b> способах оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методике разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p> <p><b>уметь: в целом успешно, но с определенными пробелами</b> критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p> <p><b>владеть: в целом успешно, но с определенными пробелами навыками</b> оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методике разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p>	зачтено/ хорошо	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен

Код, наименование компетенции	Уровень сформированности	Показатели достижения заданного уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Оценивание компетенции	Способы и средства оценивания уровня сформированности компетенции
	Высокий уровень	<p><b>знать: сформированные систематические представления о</b> способах оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методике разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p> <p><b>уметь: сформированное умение</b> критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p> <p><b>владеть: успешное и систематическое использование навыков</b> оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методике разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p>	зачтено /отлично	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен

### А) Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля

Тема 1. Актуальность, предмет, задачи и содержание учебной дисциплины «Бенчмаркинг»

Актуальность изучения учебной дисциплины «Бенчмаркинг». Причины роста популярности бенчмаркинга. Цель учебной дисциплины «Бенчмаркинг». Задача учебной дисциплины «Бенчмаркинг». Содержание учебной дисциплины «Бенчмаркинг».

Тема 2. Сущность бенчмаркинга и история его развития

Эволюция бенчмаркинга. Зарождение бенчмаркинга в США, Японии, Китая. Научные методы организации труда Ф. Тейлора. Теория Бернардо де Суза. Пять поколений бенчмаркинга. Современный бенчмаркинг. Сущность бенчмаркинга. Понятие «бенчмаркинг». Концепция бенчмаркинга. Цели бенчмаркинга. Предпосылки использования бенчмаркинга. Значение бенчмаркинга. Сферы использования бенчмаркинга.

Тема 3. Особенности бенчмаркинга

Объекты и субъекты бенчмаркинга. Объекты бенчмаркинга. Субъекты

бенчмаркинга. Партнеры по бенчмаркингу. Критерии отбора партнеров по бенчмаркингу. Преимущества бенчмаркинга. Типы бенчмаркинга. Разновидности бенчмаркинга. Внутренний бенчмаркинг. Бенчмаркинг конкурентоспособности. Функциональный бенчмаркинг. Бенчмаркинг процесса. Глобальный бенчмаркинг. Общий бенчмаркинг. Ассоциативный бенчмаркинг. Принципы бенчмаркинга. Кодекс поведения в бенчмаркинге. Принципы бенчмаркинга. Правила бенчмаркинга. Кодекс поведения в бенчмаркинге.

#### Тема 4. Информационное обеспечение бенчмаркинга

Бенчмаркинговая информация и ее источники. Понятие «бенчмаркинговая информация». Источники бенчмаркинговой информации. Бенчмаркинг исследования. Сбор информации. Метод Ф. Ковалева. SWOT-анализ. Методология ABC – ABB – ABM. Использование сбалансированной системы показателей. Анализ преимущества: внутренний анализ превосходства, внешний анализ превосходства, функциональный анализ превосходства. Метод исследования цены PSM. Метод «имитации процесса покупки». Метод ВРТО. Метод функционально-стоимостного анализа.

#### Тема 5. Процесс бенчмаркинга

Этапы процесса бенчмаркинга. «Колесо бенчмаркинга». Подходы к процессу бенчмаркинга. Подготовка к бенчмаркингу. Факторы успеха, влияющие на процессы бенчмаркинга. Модель «колесо бенчмаркинга». Программное обеспечение бенчмаркинга. Поддержка бенчмаркинга с помощью Connect, Benchmark Index, Inside UK Enterprise. Инструментальная среда ARIS. Организация бенчмаркинга. Подходы к организации бенчмаркинга. Мотивация и контроль в сфере бенчмаркинга. Моделирование и разработка системы мотивации. Оптимизация системы мотивации. Комплексная система мотивации.

#### Тема 6. Конкурентный бенчмаркинг

Бенчмаркинг и конкурентные преимущества. Конкурентная разведка в бизнесе. Взаимосвязь бенчмаркинга и конкурентных преимуществ. Конкурентная разведка в бизнесе. Технология конкурентного бенчмаркинга. Задача конкурентного бенчмаркинга. Значение конкурентного бенчмаркинга. Подходы к конкурентному бенчмаркингу. Принципы конкурентного бенчмаркинга. Промышленный шпионаж. Сущность промышленного шпионажа. Внутренний промышленный шпионаж. Инструменты промышленного шпионажа.

#### Тема 7. Бенчмаркинг лояльности клиентов

Типы клиентов. Постоянные клиенты. Категории покупателей. Типы потребителей. Причины удовлетворенности клиентов. Понятие «лояльность». Параметры лояльности клиентов. Анализ лояльности клиентов и уровня их обслуживания. Подход к оценке удовлетворенности потребителей EPSI. Дополнительные методы определения потребностей покупателей. Бенчмаркинг уровня обслуживания клиентов. Бенчмаркинг имиджа.

#### Тема 8. Функциональный и стратегический бенчмаркинг

Бенчмаркинг работы персонала. Технология «тайного покупателя». Инсоринг и аутсорсинг. Оценка работы персонала. Количественные и качественные параметры оценки работы персонала. Методика оценки качества услуг SERVQUAL.

Способы оценки продавцов. Анализ трудовых затрат. Ранжирование продавцов. Технология «тайный покупатель». Бенчмаркинг товара. Анализ параметров товара. Метод «дом качества». Бенчмаркинг G 3: ID. Бенчмаркинг качества товаров. Бенчмаркинг бренда. Понятие и задачи стратегического бенчмаркинга. Понятие «стратегический бенчмаркинг». Объекты стратегического бенчмаркинга. Партнеры по стратегическому бенчмаркингу. Процессный и сравнительный бенчмаркинг. Сравнительный бенчмаркинг. Процессный бенчмаркинг. Структурный подход. Процессный подход. Инжиниринг и реинжиниринг бизнеса.

## **Б) Задания для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (тест)**

*Критерии оценки:*

- пороговый уровень – 50 % верных ответов;
- продвинутый уровень – 51-70 % верных ответов;
- высокий уровень – свыше 70 % верных ответов.

1. Дайте определение понятия бенчмаркинг

а) передача стороннему подрядчику некоторых бизнес-функций или частей бизнес-процесса предприятия

б) метод, с помощью которого компания проводит сравнение своей деятельности с практикой других компаний

в) способ улучшения деловых коммуникаций с партнерами по бизнесу

+г) способ достижения лидерства на рынке

2. Стратегические преимущества от использования бенчмаркинга

а) фокусирование внимания на основном бизнесе, быстрая реакция на изменения во внешней и внутренней среде

б) снижение себестоимости, накладных расходов, издержек

+в) повышение конкурентоспособности компании за счет использования опыта лидеров рынка

г) улучшение финансово-экономических показателей деятельности

3. Функциональный бенчмаркинг – это:

а) сравнение эффективности отдельных подразделений внутри компании

б) сравнение эффективности деятельности компании с прямыми конкурентами

+в) сравнение эффективности определенных функций компании с аналогичными функциями других компаний этой же отрасли

г) сравнение ключевых показателей деятельности компаний

4. Целью бенчмаркинга является:

+а) адаптация успешного опыта других компаний для собственного успеха

б) оценка конкурентоспособности компании

в) анализ внутренней и внешней среды организации

г) анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности организации

5. Бенчмаркинг отличается от конкурентной разведки тем, что он:

+а) использует для анализа коммерческие источники информации

б) использует для анализа открытые источники информации

- в) использует для анализа внутренние источники информации  
г) использует для анализа данные социальных сетей
6. Какие типы бенчмаркинга вы знаете:  
+а) функциональный и общий  
б) торговый и посреднический  
в) отраслевой и межотраслевой  
г) открытый и закрытый
7. В бенчмаркинге «партнером» называют:  
а) контрагентов предприятия  
+б) конкурента для анализа  
в) поставщиков и потребителей продукции предприятия  
г) договороспособных рыночных агентов
8. В процессе бенчмаркинга сравниваются:  
а) прибыли и капиталы предприятий  
+б) качество продукции и услуг  
в) состав и численность сотрудников  
г) уровень рентабельности хозяйственных операций
9. Выберите правильный ответ:  
+а) бенчмаркинг является самостоятельным и закрытым процессом  
б) инструментом бенчмаркинга являются социальные сети  
в) бенчмаркинг сопряжен с огромными финансовыми рисками  
г) бенчмаркинг является открытым, совместным процессом
10. Бенчмаркинг позволяет:  
а) устранить конкурентов  
+б) лучше понимать бизнес-процессы и получать дополнительную прибыль  
в) количественно оценить конкурентоспособность продукции  
г) лучше понимать своих потребителей и конкурентов
11. Бенчмаркинг является разновидностью:  
+а) маркетинговых исследований  
б) научных исследований  
в) лабораторных экспериментов  
г) опроса экспертов
12. Бенчмаркинг является основой для:  
а) научно-исследовательской деятельности  
б) разработки стратегии предприятия  
в) инвестиционного анализа  
+г) усиления конкурентной борьбы
13. Отметьте верное утверждение:  
+а) бенчмаркинг – это процесс, состоящий из определенных этапов  
б) бенчмаркинг – это способ устранения конкурентов  
в) бенчмаркинг используется в текущей деятельности организации  
г) система бенчмаркинга зародилась в России.
14. Для реализации бенчмаркинг-проекта:  
а) создается новое юридическое лицо

- +б) создается специальная команда
- в) создается и регистрируется специальный фонд
- г) заключаются специальные сделки и контракты

15. Выберите верное утверждение:

- +а) бенчмаркинг приводит к существенному изменению процедуры принятия решения в маркетинге
- б) бенчмаркинг является основой для принятия инвестиционных решений
- в) бенчмаркинг является основой для реализации новой бизнес идеи
- г) бенчмаркинг начинается с разработки бизнес-плана

16. Принципами бенчмаркинга являются:

- +а) концентрация на качестве и важность бизнес-процессов
- б) системность и эмерджентность
- в) ограниченность во времени и минимизация затрат
- г) непрерывность и научность

17. При внедрении бенчмаркинга важно учитывать:

- а) наличие временно свободных средств в компании
- б) жизненный цикл компании
- в) многолетний зарубежный опыт
- +г) наличие отраслевых нормативов

18. В условиях глобализации экономики компании применяют бенчмаркинг, чтобы:

- а) стать лидерами рынка
- б) устранить конкурентов
- +в) выжить в динамичной, агрессивной среде
- г) помочь конкурентам преодолеть кризисные явления

19. Зарождение концепции бенчмаркинга относится к:

- +а) второй половине 19-го века
- б) 50-ым годам 20-го века
- в) 30-ым годам 20-го века
- г) началу 21-го века

20. Глобальный бенчмаркинг используют в случаях:

- +а) когда поиск объекта исследования ведется за рубежом
- б) когда исследование проводится на совместном предприятии
- в) когда в команде присутствуют зарубежные исследователи
- г) когда конкурентный анализ невозможен в отдельно взятой стране.

## **В) Вопросы для подготовки к зачету**

1. Понятие и роль бенчмаркинга
2. Перспективы использования бенчмаркинга для развития бизнеса
3. Бенчмаркинг как основа успешной стратегии развития бизнеса
4. Внешний конкурентный бенчмаркинг: сущность, значение
5. Внутренний бенчмаркинг: сущность, значение

6. Виды бенчмаркинга, их характеристика
7. Конкурентный бенчмаркинг, его характеристика
8. Основные этапы конкурентного анализа.
9. Функциональный бенчмаркинг: сущность, особенности применения.
10. Основные этапы и процедуры маркетингового исследования.
11. Методические основы оценки эффективности бенчмаркинга.
12. Методы сбора информации в процессе маркетинговых исследований.
13. Характеристика видов маркетинговых исследований.
14. Этапы проведения маркетинговых исследований.
15. Виды опросов в процессе маркетингового исследования.
16. Основные инструменты маркетингового исследования.
17. Методы анализа данных в процессе маркетингового исследования.
18. Конкурентоспособность предприятия и конкурентный анализ.
19. Виды и методы конкурентного анализа.
20. Характеристика основных этапов конкурентного анализа.

#### **Г) Вопросы для подготовки к экзамену**

1. Алгоритм проведения бенчмаркинга.
2. Анализ ошибок при составлении анкет.
3. Анализ превосходства предприятия.
4. Анализ товарного ассортимента фирмы.
5. Бенчмаркинг бренда.
6. Бенчмаркинг качества продукта.
7. Бенчмаркинг параметра продукта.
8. Бизнес-процессы и проведение бенчмаркинга.
9. Взаимосвязь бенчмаркинга и конкурентных преимуществ.
10. Виды бенчмаркинга.
11. Индикаторы необходимости проведения бенчмаркинга.
12. Исследование сбыта, рекламы, ценовой политики.
13. История развития бенчмаркинга.
14. Источники информации, используемые в бенчмаркинге.
15. Классификация конкурентных стратегий
16. Конкурентная разведка как метод повышения конкурентоспособности предприятия.
17. Виды конкурентных преимуществ.
18. Концепции и направления маркетинга на предприятии.
19. Маркетинговые исследования при бенчмаркинге.
20. Методы и принципы конкурентной разведки.
21. Инструменты и технология конкурентной разведки.
22. Методы прогнозирования и оценки стратегической конкурентоспособности объектов.
23. Основные этапы процесса бенчмаркинга.
24. Оценка проведения бенчмаркинга на предприятии.
25. Особенности инструментов стратегического анализа.

26. Основные формы недобросовестной конкуренции.
27. Деловая разведка и ее роль в коммерции.
28. Понятие «бенчмаркинг», его основные цели и задачи.
29. Основные принципы бенчмаркинга.
30. Методы конкурентного анализа, их особенности.
31. Понятие и сущность конкурентоспособности.
32. Понятие и сущность экономического эффекта.
33. Методы оценки экономического эффекта.
34. Эволюционное развитие бенчмаркинга.
35. Особенности развития бенчмаркинга в России и за рубежом.
36. Функции бенчмаркинга.
37. Перспективы использования бенчмаркинга для развития бизнеса.
38. Бенчмаркинг как основа успешной стратегии развития бизнеса.
39. Внешний конкурентный бенчмаркинг: сущность, значение.
40. Внутренний бенчмаркинг: сущность, значение.
41. Конкурентный бенчмаркинг, его характеристика.
42. Основные этапы конкурентного анализа.
43. Функциональный бенчмаркинг: сущность, особенности применения.
44. Методические основы оценки эффективности бенчмаркинга.
45. Методы сбора информации в процессе маркетинговых исследований.
46. Методы анализа данных в процессе маркетингового исследования.

(Фонд оценочных средств представлен в приложении к рабочей программе)

## **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### Основная литература

Соловьева, Ю. Н. Конкурентные преимущества и бенчмаркинг : учебное пособие для вузов / Ю. Н. Соловьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 139 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11498-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511536>

Корнеева, И. В. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 436 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03565-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512882>

### Дополнительная литература

Сотников, Н. З. Бенчмаркинг человеческих ресурсов (hr-бенчмаркинг) : учебное пособие для вузов / Н. З. Сотников, С. И. Сотникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 242 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15704-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509487>

## **Периодика**

1. «Экономика, предпринимательство и право»: Международный научно-практический журнал. URL: <https://1economic.ru/journals/epr> - Текст : электронный.
2. «Вопросы инновационной экономики» Международный научно-практический журнал URL: <https://1economic.ru/journals/vines> - Текст: электронный
3. «Экономические отношения» международный научно-практический журнал URL:<https://1economic.ru/journals/eo>

## **9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: электронная библиотека. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
2. Znanium.com [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com>
3. Консультант Плюс [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. – Режим доступ: <http://www.consultant.ru>
4. «КнигаФонд» [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://www.knigafund.ru>
5. ГАРАНТ [Электронный ресурс]: информационно-правовой портал. –Режим доступа: <http://www.garant.ru>
6. КОДЕКС / ТЕХЭКСПЕРТ [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. – Режим доступа: <http://www.kodeks.ru>
7. Электронный каталог Национальной библиотеки ЧР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbchr.ru>

## **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Для успешного усвоения дисциплины необходимо материалы, изложенные преподавателем на лекциях, закреплять в процессе выполнения практических занятий и в процессе самостоятельной работы, которой уделяется большое внимание. В процессе изучения дисциплины комплексно используются традиционные и инновационные технологии, активные и интерактивные формы занятий: лекции-беседы, лекции с элементами проблемного изложения, лекции-дискуссии, семинары, решение практических ситуаций, тестовые задания, самостоятельная работа с элементами научно-исследовательской и творческой деятельности и др. Задачами интерактивных форм обучения являются:

- эффективное усвоение учебного материала;
- самостоятельный поиск студентами путей и вариантов решения поставленной учебной задачи;
- установление взаимодействия между студентами, обучение работать в команде;
- формирование у студентов объективного мнения по изучаемой тематике;
- формирование жизненных и профессиональных навыков.

Студентам предоставляются лекционные материалы преподавателя с вопросами для закрепления материала по каждой изучаемой теме. Для выполнения практических заданий студенты получают электронный вариант сборника кейсов, решение которых будет способствовать получению практических навыков в области

управления конкурентоспособностью предприятия.

Цель организации самостоятельной работы по дисциплине – это углубление и расширение знаний в области управления конкурентоспособностью предприятия. Самостоятельная работа студентов (СРС) является важнейшим видом освоения содержания дисциплины, подготовки к практическим занятиям и к экзамену. Сюда же относятся и самостоятельное углубленное изучение тем дисциплины. Самостоятельная работа студентов предполагает работу студентов, выполняемую по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Выделяется два вида самостоятельных работ:

- контролируемая самостоятельная работа (КСР), направленная на углубление и закрепление знаний студентов по проблематике учебной дисциплины;
- обязательная самостоятельная работа (СРС), обеспечивающая подготовку студентов к текущим аудиторным занятиям.

Самостоятельная работа реализуется:

- непосредственно в процессе аудиторных занятий – на лекциях, практических и семинарских занятиях;
- в контакте с преподавателем вне рамок расписания – на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т.д.;
- в электронной образовательной среде;
- в библиотеке, дома, на кафедре при выполнении студентом учебных задач.

Выделенные часы для СРС используются для знакомства с дополнительной научной литературой по проблематике дисциплины, анализа научных концепций и современных подходов к решению рассматриваемых проблем. Задание к каждому занятию в рамках обязательной самостоятельной работы предполагает более углубленное изучение отдельных вопросов темы, подготовку к решению практических ситуаций на аудиторных занятиях. К самостоятельной работе студентов относится также работа в библиотеке, электронных поисковых системах и т.п. по сбору материалов, необходимых для выполнения конкретных заданий преподавателя по изучаемым темам.

Эффективной формой проведения практических занятий является работа с кейсами. Тексты кейсов выдаются студентам до занятия в электронном виде. Материалы кейса изучаются заранее, студенты также знакомятся с рекомендованной преподавателем литературой, часть заданий по работе с кейсом может выполняться дома индивидуально каждым. Как правило, кейсы нацеливают студентов на решение конкретных практических ситуаций по изучаемым темам дисциплины, в результате чего формируются навыки стратегического анализа и планирования. В начале занятия выявляется знание слушателями материалов кейса и заинтересованность в обсуждении. Кейс может применяться как для групповой, так и для индивидуальной работы.

Студенты обязаны выполнять и другие задания по освоению дисциплины: решение практических задач по оценке эффективности деятельности промышленного кластера, а также выполнение курсовой работы.

## 11. Электронная информационно-образовательная среда

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде Чебоксарского института (филиала) Московского политехнического университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), как на территории филиала, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда – совокупность информационных и телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств, обеспечивающих освоение обучающимися образовательных программ в полном объеме независимо от места нахождения обучающихся.

Электронная информационно-образовательная среда обеспечивает:

а) доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), практик;

б) формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы;

в) фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы бакалавриата;

г) проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

д) взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети «Интернет».

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих.

Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации.

Основными составляющими ЭИОС филиала являются:

а) сайт института в сети Интернет, расположенный по адресу [www.polytech21.ru](http://www.polytech21.ru), <https://chebpolytech.ru/> который обеспечивает:

- доступ обучающихся к учебным планам, рабочим программам дисциплин, практик, к изданиям электронных библиотечных систем, электронным информационным и образовательным ресурсам, указанных в рабочих программах (разделы сайта «Сведения об образовательной организации»);

- информирование обучающихся обо всех изменениях учебного процесса (новостная лента сайта, лента анонсов);

- взаимодействие между участниками образовательного процесса (подразделы сайта «Задать вопрос директору»);

б) официальные электронные адреса подразделений и сотрудников института с Яндекс-доменом @polytech21.ru (список контактных данных подразделений Филиала размещен на официальном сайте Филиала в разделе «Контакты», списки контактных официальных электронных данных преподавателей размещены в подразделах «Кафедры») обеспечивают взаимодействие между участниками образовательного процесса;

в) личный кабинет обучающегося (портфолио) (вход в личный кабинет размещен на официальном сайте Филиала в разделе «Студенту» подразделе «Электронная информационно-образовательная среда») включает в себя портфолио студента, электронные ведомости, рейтинг студентов и обеспечивает:

- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательных программ обучающимися,

- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе с сохранение работ обучающегося, рецензий и оценок на эти работы,

г) электронные библиотеки, включающие электронные каталоги, полнотекстовые документы и обеспечивающие доступ к учебно-методическим материалам, выпускным квалификационным работам и т.д.:

Чебоксарского института (филиала) - «ИРБИС»

д) электронно-библиотечные системы (ЭБС), включающие электронный каталог и полнотекстовые документы:

- «ЛАНЬ» -[www.e.lanbook.com](http://www.e.lanbook.com)

- Образовательная платформа Юрайт -<https://urait.ru>

е) платформа цифрового образования Политеха -<https://lms.mospolytech.ru/>

ж) система «Антиплагиат» -<https://www.antiplagiat.ru/>

з) система электронного документооборота DIRECTUM Standard — обеспечивает документооборот между Филиалом и Университетом;

и) система «1С Управление ВУЗом Электронный деканат» (Московский политехнический университет) обеспечивает фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательных программ обучающимися;

к) система «POLYTECH systems» обеспечивает информационное, документальное автоматизированное сопровождение образовательного процесса;

л) система «Абитуриент» обеспечивает документальное автоматизированное сопровождение работы приемной комиссии.

## 12. Программное обеспечение (лицензионное и свободно распространяемое), используемое при осуществлении образовательного процесса

Аудитория	Программное обеспечение	Информация о праве собственности (реквизиты договора, номер лицензии и т.д.)
Учебная аудитория для проведения учебных занятий всех видов, предусмотренных программой бакалавриата/специалитета/ магистратуры, оснащенная оборудованием и техническими средствами	Kaspersky Endpoint Security Стандартный Educational Renewal 2 года. Band S: 150-249	Номер лицензии 2B1E-211224-064549-2-19382 Сублицензионный договор №821_832.223.3К/21 от 24.12.2021 до 31.12.2023
	Windows 7 OLPNLAcdmc	договор №Д03 от 30.05.2012) с допсоглашениями от 29.04.14 и

<p>обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Кабинет экономики и менеджмента № 203</p>		01.09.16 (бессрочная лицензия)
	AdobeReader	свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
	Гарант	Договор № 735_480.2233К/20 от 15.12.2020
	Yandex браузер	отечественное свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
	Microsoft Office Standard 2007(Microsoft DreamSpark Premium Electronic Software Delivery Academic(Microsoft Open License	номер лицензии-42661846 от 30.08.2007) с допсоглашениями от 29.04.14 и 01.09.16 (бессрочная лицензия)
	Zoom	свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
<p>Учебная аудитория для проведения учебных занятий всех видов, предусмотренных программой бакалавриата/специалитета/ магистратуры, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Кабинет экономики и менеджмента № 103№</p>	AIMP	отечественное свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
	Kaspersky Endpoint Security Стандартный Educational Renewal 2 года. Band S: 150-249	Номер лицензии 2B1E-211224-064549-2-19382 Сублицензионный договор №821_832.223.3К/21 от 24.12.2021 до 31.12.2023
	Windows 7 OLPNLAcdmc	договор №Д03 от 30.05.2012) с допсоглашениями от 29.04.14 и 01.09.16 (бессрочная лицензия)
	AdobeReader	свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
	Microsoft Office Standard 2007(Microsoft DreamSpark Premium Electronic Software Delivery Academic(Microsoft Open License	номер лицензии-42661846 от 30.08.2007) с допсоглашениями от 29.04.14 и 01.09.16 (бессрочная лицензия)
	Гарант	Договор № 735_480.2233К/20 от 15.12.2020
	Yandex браузер	отечественное свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
	AIMP	отечественное свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
Kaspersky Endpoint Security	Номер лицензии 2B1E-211224-	

	Стандартный Educational Renewal 2 года. Band S: 150-249	064549-2-19382 Сублицензионный договор №821_832.223.3К/21 от 24.12.2021 до 31.12.2023
№ 103а Помещение для самостоятельной работы обучающихся	Kaspersky Endpoint Security Стандартный Educational Renewal 2 года. Band S: 150-249	Номер лицензии 2B1E-211224- 064549-2-19382 Сублицензионный договор №821_832.223.3К/21 от 24.12.2021 до 31.12.2023
	MS Windows 10 Pro	договор № 392_469.223.3К/19 от 17.12.19 (бессрочная лицензия)
	AdobeReader	свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
	Гарант	Договор № 735_480.223.3К/20
	Yandex браузер	свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)
	Microsoft Office Standard 2007(Microsoft DreamSpark Premium Electronic Software Delivery Academic(Microsoft Open License	номер лицензии-42661846 от 30.08.2007) с допсоглашениями от 29.04.14 и 01.09.16 (бессрочная лицензия)
	AIMP	отечественное свободно распространяемое программное обеспечение (бессрочная лицензия)

### 13. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип и номер помещения	Перечень основного оборудования и технических средств обучения
-----------------------	--

Учебная аудитория для проведения учебных занятий всех видов, предусмотренных программой магистратуры, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) № 203 (г. Чебоксары, ул. К.Маркса. 54)	<u>Оборудование:</u> комплект мебели для учебного процесса; доска учебная; информационные стенды; шкаф; <u>Технические средства обучения:</u> персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран).
Учебная аудитория для проведения учебных занятий всех видов, предусмотренных программой бакалавриата/ специалитета/ магистратуры, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) № 103 (г. Чебоксары, ул. К.Маркса. 54)	<u>Оборудование:</u> комплект мебели для учебного процесса; доска учебная; стенды <u>Технические средства обучения:</u> компьютерная техника; мультимедийное оборудование (проектор, экран)
Помещение для самостоятельной работы обучающихся № 103а (г. Чебоксары, ул. К.Маркса. 54)	<u>Оборудование:</u> Комплект мебели для учебного процесса; <u>Технические средства обучения:</u> персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Филиала

## 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

№	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (согласно РПД)	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1.	Тема 1. Актуальность, предмет, задачи и содержание учебной дисциплины «Бенчмаркинг»	ПК-4, ПК-11	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен
2.	Тема 2. Сущность бенчмаркинга и история его развития	ПК-4, ПК-11	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен
3.	Тема 3. Особенности бенчмаркинга	ПК-4, ПК-11	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен
4.	Тема 4. Информационное обеспечение бенчмаркинга	ПК-4, ПК-11	Опрос, тест, инд. задание, курсовая работа, экзамен
5.	Тема 5. Процесс бенчмаркинга	ПК-4, ПК-11	Опрос, тест, инд. задание, курсовая работа, экзамен
6.	Тема 6. Конкурентный бенчмаркинг	ПК-4, ПК-11	Опрос, тест, инд. задание, курсовая работа, экзамен
7.	Тема 7. Бенчмаркинг лояльности клиентов	ПК-4, ПК-11	Опрос, тест, инд. задание, курсовая работа, экзамен
8.	Тема 8. Функциональный и стратегический бенчмаркинг	ПК-4, ПК-11	Опрос, тест, инд. задание, курсовая работа, экзамен

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИИ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ (УРОВНЕЙ) ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ С ОПИСАНИЕМ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ

Код, наименование компетенции	Уровень	Технология формирования компетенции	Показатели достижения заданного уровня освоения компетенции и критерии оценивания	Оценивание	Способы и средства оценивания уровня сформированности компетенции
ПК-4	Пороговый уровень	Лекция, самостоятельная работа, практические занятия	<p><b>знать:</b> неполные представления о методике построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, методах анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</p> <p><b>уметь:</b> несистематическое использование с погрешностями методики построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</p> <p><b>владеть:</b> в целом успешное, но не систематическое использование навыков построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</p>	зачтено/удовлетворительно	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен
	Продвинутый уровень	Лекция, самостоятельная работа, практические занятия	<p><b>знать:</b> в целом успешно, но с определенными пробелами в знаниях о методике построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, методах анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</p> <p><b>уметь:</b> в целом успешно, но с определенными пробелами выбрать методику построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</p> <p><b>владеть:</b> в целом успешно, но с определенными пробелами навыками построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</p>	зачтено/хорошо	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен

	Высокий уровень	<p>Лекция, самостоятельная работа, практические занятия</p> <p><b>знать:</b> сформированные систематические представления о методике построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, методах анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</p> <p><b>уметь:</b> сформированное умение выбрать методику построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</p> <p><b>владеть:</b> успешное и систематическое использование навыков построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов</p>	зачтено/отлично	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен
ПК-11	Пороговый уровень	<p>Лекция, самостоятельная работа, практические занятия</p> <p><b>знать:</b> неполные представления о способах оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методике разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p> <p><b>уметь:</b> несистематическое использование с погрешностями критической оценки предлагаемых вариантов управленческих решений и разработка и обоснование предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p> <p><b>владеть:</b> в целом успешное, но не систематическое использование навыков оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методики разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p>	зачтено/удовлетворительно	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен

	Продвинутый уровень	<p>Лекция, самостоятельная работа, практические занятия</p> <p><b>знать:</b> в целом успешно, но с определенными пробелами в знаниях о способах оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методике разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p> <p><b>уметь:</b> в целом успешно, но с определенными пробелами критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p> <p><b>владеть:</b> в целом успешно, но с определенными пробелами навыками оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методике разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p>	зачтено / хорошо	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен
	Высокий уровень	<p>Лекция, самостоятельная работа, практические занятия</p> <p><b>знать:</b> сформированные систематические представления о способах оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методике разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p> <p><b>уметь:</b> сформированное умение критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p> <p><b>владеть:</b> успешное и систематическое использование навыков оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методике разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий</p>	зачтено / отлично	Опрос, тест, инд. задание, зачет, курсовая работа, экзамен

### 3. КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА

## ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

### 3.1. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) ДЛЯ ОПРОСА НА ЗАНЯТИЯХ

Тема (раздел)	Вопросы
Тема 1. Актуальность, предмет, задачи и содержание учебной дисциплины «Бенчмаркинг»	Актуальность изучения учебной дисциплины «Бенчмаркинг». Причины роста популярности бенчмаркинга. Цель учебной дисциплины «Бенчмаркинг». Задача учебной дисциплины «Бенчмаркинг». Содержание учебной дисциплины «Бенчмаркинг».
Тема 2. Сущность бенчмаркинга и история его развития	Эволюция бенчмаркинга. Зарождение бенчмаркинга в США, Японии, Китая. Научные методы организации труда Ф. Тейлора. Теория Бернардо де Суза. Пять поколений бенчмаркинга. Современный бенчмаркинг. Сущность бенчмаркинга. Понятие «бенчмаркинг». Концепция бенчмаркинга. Цели бенчмаркинга. Предпосылки использования бенчмаркинга. Значение бенчмаркинга. Сферы использования бенчмаркинга.
Тема 3. Особенности бенчмаркинга	Объекты и субъекты бенчмаркинга. Объекты бенчмаркинга. Субъекты бенчмаркинга. Партнеры по бенчмаркингу. Критерии отбора партнеров по бенчмаркингу. Преимущества бенчмаркинга. Типы бенчмаркинга. Разновидности бенчмаркинга. Внутренний бенчмаркинг. Бенчмаркинг конкурентоспособности. Функциональный бенчмаркинг. Бенчмаркинг процесса. Глобальный бенчмаркинг. Общий бенчмаркинг. Ассоциативный бенчмаркинг. Принципы бенчмаркинга. Кодекс поведения в бенчмаркинге. Принципы бенчмаркинга. Правила бенчмаркинга. Кодекс поведения в бенчмаркинге.
Тема 4. Информационное обеспечение бенчмаркинга	Бенчмаркинговая информация и ее источники. Понятие «бенчмаркинговая информация». Источники бенчмаркинговой информации. Бенчмаркинг исследования. Сбор информации. Метод Ф. Ковалева. SWOT-анализ. Методология ABC – АВВ – АВМ. Использование сбалансированной системы показателей. Анализ преимущества: внутренний анализ превосходства, внешний анализ превосходства, функциональный анализ превосходства. Метод исследования цены PSM. Метод «имитации процесса покупки». Метод ВРТО. Метод функционально-стоимостного анализа.
Тема 5. Процесс бенчмаркинга	Этапы процесса бенчмаркинга. «Колесо бенчмаркинга». Подходы к процессу бенчмаркинга. Подготовка к бенчмаркингу. Факторы успеха, влияющие на процессы бенчмаркинга. Модель «колесо бенчмаркинга». Программное обеспечение бенчмаркинга. Поддержка бенчмаркинга с помощью Connect, Benchmark Index, Inside UK Enterprise. Инструментальная среда ARIS. Организация бенчмаркинга. Подходы к организации бенчмаркинга. Мотивация и контроль в сфере бенчмаркинга. Моделирование и разработка системы мотивации. Оптимизация системы мотивации. Комплексная система мотивации.
Тема 6. Конкурентный	Бенчмаркинг и конкурентные преимущества. Конкурентная разведка в бизнесе. Взаимосвязь бенчмаркинга и конкурентных преимуществ.

бенчмаркинг	Конкурентная разведка в бизнесе. Технология конкурентного бенчмаркинга. Задача конкурентного бенчмаркинга. Значение конкурентного бенчмаркинга. Подходы к конкурентному бенчмаркингу. Принципы конкурентного бенчмаркинга. Промышленный шпионаж. Сущность промышленного шпионажа. Внутренний промышленный шпионаж. Инструменты промышленного шпионажа.
Тема 7. Бенчмаркинг лояльности клиентов	Типы клиентов. Постоянные клиенты. Категории покупателей. Типы потребителей. Причины удовлетворенности клиентов. Понятие «лояльность». Параметры лояльности клиентов. Анализ лояльности клиентов и уровня их обслуживания. Подход к оценке удовлетворенности потребителей EPSI. Дополнительные методы определения потребностей покупателей. Бенчмаркинг уровня обслуживания клиентов. Бенчмаркинг имиджа.
Тема 8. Функциональный и стратегический бенчмаркинг	Бенчмаркинг работы персонала. Технология «тайного покупателя». Инсоринг и аутсорсинг. Оценка работы персонала. Количественные и качественные параметры оценки работы персонала. Методика оценки качества услуг SERVQUAL. Способы оценки продавцов. Анализ трудовых затрат. Ранжирование продавцов. Технология «тайный покупатель». Бенчмаркинг товара. Анализ параметров товара. Метод «дом качества». Бенчмаркинг G 3: ID. Бенчмаркинг качества товаров. Бенчмаркинг бренда. Понятие и задачи стратегического бенчмаркинга. Понятие «стратегический бенчмаркинг». Объекты стратегического бенчмаркинга. Партнеры по стратегическому бенчмаркингу. Процессный и сравнительный бенчмаркинг. Сравнительный бенчмаркинг. Процессный бенчмаркинг. Структурный подход. Процессный подход. Инжиниринг и реинжиниринг бизнеса.

### 3.2. ТЕМЫ ДЛЯ РЕФЕРАТОВ (ДОКЛАДОВ), САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

#### Индивидуальные задания:

#### А) Темы для подготовки рефератов

1. Бенчмаркинг: зарубежный опыт.
2. Бенчмаркинг: отечественный опыт.
3. Разработка проекта функционального бенчмаркинга.
4. Разработка проекта внутреннего бенчмаркинга.
5. Разработка проекта бенчмаркинга конкурентоспособности организации.
6. Разработка проекта бенчмаркинга клиента на примере организации.
7. Разработка проекта бенчмаркинга издержек организации.
8. Разработка проекта бенчмаркинга показателей продукции.
9. Разработка проекта бенчмаркинга процессов в организации.
10. Разработка проекта операционного бенчмаркинга в организации.
11. Разработка проекта стратегического бенчмаркинга организации.
12. Глобальный бенчмаркинг: оценка эффективности.
13. Бенчмаркинг в управлении качеством.
14. Реинжиниринг бизнес-процессов на предприятии.
15. Антикризисный реинжиниринг
16. Бенчмаркинг в стратегической деятельности предприятия

17. Знаки, информирующие о конкурентоспособности товаров
18. Ключевые факторы информационной системы бенчмаркинга зарубежных предприятий
19. Ключевые факторы информационной системы бенчмаркинга отечественных предприятий
20. Конкурентное позиционирование
21. Концептуальные решения в планировании конкурентоспособности товаров
22. Оценка отношения потребителей к товарным маркам и маркам обслуживания
23. Перспективы и возможности использования зарубежного опыта российскими предприятиями
24. Престижность товаров в системе оценки их конкурентоспособности
25. Программно-целевое планирование и стратегия повышения конкурентоспособности товаров
26. Процессный подход к управлению предприятием
27. Развитие и становление реинжиниринга в России и за рубежом
28. Сильные и слабые стороны бизнес-процесса в маркетинговой деятельности при его измерении
29. Системообразующие компоненты конкурентного потенциала товаров
30. Стратегический маркетинг в разработке стратегии повышения конкурентоспособности
31. Использование концепции бенчмаркинга в процессе достижения конкурентных преимуществ
32. Технологии конкурентного бенчмаркинга
33. Модель Шухарта-Дэминга в процессе бенчмаркинга
34. Модель Р. Кэмпбелла при осуществлении бенчмаркинга
35. Методы изучения конкурентов: ДЕА-анализ для бенчмаркинга
36. Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг параметров продукта
37. Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг качества продукта
38. Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг уровня обслуживания клиентов
39. Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг бренда (имиджа)
40. Оценка среды при осуществлении внешнего бенчмаркинга
41. Стратегический бенчмаркинг: использование матричных методов позиционирования продуктов (услуг)
42. Формирование конкурентной стратегии по результатам стратегического анализа
43. Оценка конкурентных сил (модель М. Портера)
44. Оценка положения компании в отрасли (выбор стратегии по матрицам БКГ, GE/McKinsey)
45. Применение методов управления качеством для повышения конкурентоспособности услуг компании
46. Анализ превосходства в системе бенчмаркинга
47. Использование SWOT-анализа в процессе бенчмаркинга
48. Направление реализации бенчмаркинга

49. Особенности применения функционального бенчмаркинга
50. Выбор предмета бенчмаркинга и партнера по исследованию (объект анализа). Поиск доступной информации
51. Глобальный бенчмаркинг: особенности развития и применения метода в разных странах

Б) Темы для подготовки докладов

1. Сущность, цели и основные принципы бенчмаркинга.
2. Бенчмаркинг как инструмент повышения конкурентоспособности предприятия.
3. Классификация видов бенчмаркинга.
4. Исследования отечественных и зарубежных ученых в сфере бенчмаркинга.
5. Методика проведения бенчмаркинг-анализа организации.
6. Основные принципы проведения бенчмаркинг-анализа.
7. Характеристика основных этапов процесса бенчмаркинга
8. Характеристика и оценка модели «колесо бенчмаркинга», ее основных преимуществ и недостатков.
9. Бенчмаркинг как инструмент обеспечения конкурентоспособности
10. Сущность, содержание и роль конкурентного анализа
11. Этапы конкурентного анализа, технологии их реализации
12. Методологические основы проведения маркетингового исследования.
13. Характеристика основных инструментов маркетингового исследования.
14. Основные проблемы применения бенчмаркинга в России.
15. Зарубежные модели бенчмаркинга, их краткая характеристика.
16. Кадровое и информационное обеспечение бенчмаркинга.
17. Практика применения бенчмаркинга в зарубежных странах.
18. Технологии и процедуры бенчмаркинга, применяемые зарубежными странами
19. Оценка проведения бенчмаркинга на предприятии.

### **3.3. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ РАСЧЕТНО-ГРАФИЧЕСКОЙ РАБОТЫ, КУРСОВОЙ РАБОТЫ (ПРОЕКТА)**

Задания для выполнения курсовой работы

1. Разработка проекта функционального бенчмаркинга.
2. Разработка проекта внутреннего бенчмаркинга.
3. Разработка проекта бенчмаркинга конкурентоспособности организации.
4. Разработка проекта бенчмаркинга клиента на примере организации.
5. Разработка проекта бенчмаркинга издержек организации.
6. Разработка проекта бенчмаркинга показателей продукции.
7. Разработка проекта бенчмаркинга процессов в организации.
8. Разработка проекта операционного бенчмаркинга в организации.
9. Разработка проекта стратегического бенчмаркинга организации.
10. Глобальный бенчмаркинг: оценка эффективности.

11. Бенчмаркинг в управлении качеством.
12. Реинжиниринг бизнес-процессов на предприятии.
13. Антикризисный реинжиниринг
14. Бенчмаркинг в стратегической деятельности предприятия
15. Знаки, информирующие о конкурентоспособности товаров
16. Ключевые факторы информационной системы бенчмаркинга зарубежных предприятий
17. Ключевые факторы информационной системы бенчмаркинга отечественных предприятий
18. Конкурентное позиционирование
19. Концептуальные решения в планировании конкурентоспособности товаров
20. Оценка отношения потребителей к товарным маркам и маркам обслуживания
21. Перспективы и возможности использования зарубежного опыта российскими предприятиями
22. Престижность товаров в системе оценки их конкурентоспособности
23. Программно – целевое планирование и стратегия повышения конкурентоспособности товаров
24. Процессный подход к управлению предприятием
25. Развитие и становление реинжиниринга в России и за рубежом
26. Сильные и слабые стороны бизнес-процесса в маркетинговой деятельности при его измерении
27. Системообразующие компоненты конкурентного потенциала товаров
28. Стратегический маркетинг в разработке стратегии повышения конкурентоспособности
29. Использование концепции бенчмаркинга в процессе достижения конкурентных преимуществ
30. Технологии конкурентного бенчмаркинга
31. Модель Шухарта-Дэминга в процессе бенчмаркинга
32. Модель Р. Кэмпбелла при осуществлении бенчмаркинга
33. Методы изучения конкурентов: ДЕА-анализ для бенчмаркинга
34. Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг параметров продукта
35. Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг качества продукта
36. Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг уровня обслуживания клиентов
37. Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг бренда (имиджа)
38. Оценка среды при осуществлении внешнего бенчмаркинга
39. Стратегический бенчмаркинг: использование матричных методов позиционирования продуктов (услуг)
40. Формирование конкурентной стратегии по результатам стратегического анализа
41. Оценка конкурентных сил (модель М. Портера)
42. Оценка положения компании в отрасли (выбор стратегии по матрицам БКГ, GE/McKinsey)
43. Применение методов управления качеством для повышения

конкурентоспособности услуг компании

44. Анализ превосходства в системе бенчмаркинга

45. Использование SWOT-анализа в процессе бенчмаркинга

46. Направление реализации бенчмаркинга

47. Особенности применения функционального бенчмаркинга

48. Выбор предмета бенчмаркинга и партнера по исследованию (объект анализа). Поиск доступной информации

### **3.4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ОСТАТОЧНЫХ ЗНАНИЙ (ТЕСТ)**

*Критерии оценки:*

- пороговый уровень – 50 % верных ответов;

- продвинутый уровень – 51-70 % верных ответов;

- высокий уровень – свыше 70 % верных ответов.

1. Дайте определение понятия бенчмаркинг

а) передача стороннему подрядчику некоторых бизнес-функций или частей бизнес-процесса предприятия

б) метод, с помощью которого компания проводит сравнение своей деятельности с практикой других компаний

в) способ улучшения деловых коммуникаций с партнерами по бизнесу

+г) способ достижения лидерства на рынке

2. Стратегические преимущества от использования бенчмаркинга

а) фокусирование внимания на основном бизнесе, быстрая реакция на изменения во внешней и внутренней среде

б) снижение себестоимости, накладных расходов, издержек

+в) повышение конкурентоспособности компании за счет использования опыта лидеров рынка

г) улучшение финансово-экономических показателей деятельности

3. Функциональный бенчмаркинг – это:

а) сравнение эффективности отдельных подразделений внутри компании

б) сравнение эффективности деятельности компании с прямыми конкурентами

+в) сравнение эффективности определенных функций компании с аналогичными функциями других компаний этой же отрасли

г) сравнение ключевых показателей деятельности компаний

4. Целью бенчмаркинга является:

+а) адаптация успешного опыта других компаний для собственного успеха

б) оценка конкурентоспособности компании

в) анализ внутренней и внешней среды организации

г) анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности организации

5. Бенчмаркинг отличается от конкурентной разведки тем, что он:

+а) использует для анализа коммерческие источники информации

б) использует для анализа открытые источники информации

в) использует для анализа внутренние источники информации

г) использует для анализа данные социальных сетей

6. Какие типы бенчмаркинга вы знаете:

- +а) функциональный и общий
- б) торговый и посреднический
- в) отраслевой и межотраслевой
- г) открытый и закрытый

7. В бенчмаркинге «партнером» называют:

- а) контрагентов предприятия
- +б) конкурента для анализа
- в) поставщиков и потребителей продукции предприятия
- г) договороспособных рыночных агентов

8. В процессе бенчмаркинга сравниваются:

- а) прибыли и капиталы предприятий
- +б) качество продукции и услуг
- в) состав и численность сотрудников
- г) уровень рентабельности хозяйственных операций

9. Выберите правильный ответ:

- +а) бенчмаркинг является самостоятельным и закрытым процессом
- б) инструментом бенчмаркинга являются социальные сети
- в) бенчмаркинг сопряжен с огромными финансовыми рисками
- г) бенчмаркинг является открытым, совместным процессом

10. Бенчмаркинг позволяет:

- а) устранить конкурентов
- +б) лучше понимать бизнес-процессы и получать дополнительную прибыль
- в) количественно оценить конкурентоспособность продукции
- г) лучше понимать своих потребителей и конкурентов

11. Бенчмаркинг является разновидностью:

- +а) маркетинговых исследований
- б) научных исследований
- в) лабораторных экспериментов
- г) опроса экспертов

12. Бенчмаркинг является основой для:

- а) научно-исследовательской деятельности
- б) разработки стратегии предприятия
- в) инвестиционного анализа
- +г) усиления конкурентной борьбы

13. Отметьте верное утверждение:

- +а) бенчмаркинг – это процесс, состоящий из определенных этапов
- б) бенчмаркинг – это способ устранения конкурентов
- в) бенчмаркинг используется в текущей деятельности организации
- г) система бенчмаркинга зародилась в России.

14. Для реализации бенчмаркинг-проекта:

- а) создается новое юридическое лицо
- +б) создается специальная команда
- в) создается и регистрируется специальный фонд

г) заключаются специальные сделки и контракты

15. Выберите верное утверждение:

+а) бенчмаркинг подход приводит к существенному изменению процедуры принятия решения в маркетинге

б) бенчмаркинг подход является основой для принятия инвестиционных решений

в) бенчмаркинг подход является основой для реализации новой бизнес идеи

г) бенчмаркинг начинается с разработки бизнес-плана

16. Принципами бенчмаркинга являются:

+а) концентрация на качестве и важность бизнес-процессов

б) системность и эмерджентность

в) ограниченность во времени и минимизация затрат

г) непрерывность и научность

17. При внедрении бенчмаркинга важно учитывать:

а) наличие временно свободных средств в компании

б) жизненный цикл компании

в) многолетний зарубежный опыт

+г) наличие отраслевых нормативов

18. В условиях глобализации экономики компании применяют бенчмаркинг, чтобы:

а) стать лидерами рынка

б) устранить конкурентов

+в) выжить в динамичной, агрессивной среде

г) помочь конкурентам преодолеть кризисные явления

19. Зарождение концепции бенчмаркинга относится к:

+а) второй половине 19-го века

б) 50-ым годам 20-го века

в) 30-ым годам 20-го века

г) началу 21-го века

20. Глобальный бенчмаркинг используют в случаях:

+а) когда поиск объекта исследования ведется за рубежом

б) когда исследование проводится на совместном предприятии

в) когда в команде присутствуют зарубежные исследователи

г) когда конкурентный анализ невозможен в отдельно взятой стране.

### **3.5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ (ВОПРОСЫ ДЛЯ ЗАЧЕТА, ЭКЗАМЕНА)**

#### **3.5.1. Вопросы для зачета**

1. Понятие и роль бенчмаркинга

2. Перспективы использования бенчмаркинга для развития бизнеса

3. Бенчмаркинг как основа успешной стратегии развития бизнеса

4. Внешний конкурентный бенчмаркинг: сущность, значение

5. Внутренний бенчмаркинг: сущность, значение
6. Виды бенчмаркинга, их характеристика
7. Конкурентный бенчмаркинг, его характеристика
8. Основные этапы конкурентного анализа.
9. Функциональный бенчмаркинг: сущность, особенности применения.
10. Основные этапы и процедуры маркетингового исследования.
11. Методические основы оценки эффективности бенчмаркинга.
12. Методы сбора информации в процессе маркетинговых исследований.
13. Характеристика видов маркетинговых исследований.
14. Этапы проведения маркетинговых исследований.
15. Виды опросов в процессе маркетингового исследования.
16. Основные инструменты маркетингового исследования.
17. Методы анализа данных в процессе маркетингового исследования.
18. Конкурентоспособность предприятия и конкурентный анализ.
19. Виды и методы конкурентного анализа.
20. Характеристика основных этапов конкурентного анализа.

### **3.5.2. Вопросы для экзамена**

1. Алгоритм проведения бенчмаркинга.
2. Анализ ошибок при составлении анкет.
3. Анализ превосходства предприятия.
4. Анализ товарного ассортимента фирмы.
5. Бенчмаркинг бренда.
6. Бенчмаркинг качества продукта.
7. Бенчмаркинг параметра продукта.
8. Бизнес-процессы и проведение бенчмаркинга.
9. Взаимосвязь бенчмаркинга и конкурентных преимуществ.
10. Виды бенчмаркинга.
11. Индикаторы необходимости проведения бенчмаркинга.
12. Исследование сбыта, рекламы, ценовой политики.
13. История развития бенчмаркинга.
14. Источники информации, используемые в бенчмаркинге.
15. Классификация конкурентных стратегий
16. Конкурентная разведка как метод повышения конкурентоспособности предприятия.
17. Виды конкурентных преимуществ.
18. Концепции и направления маркетинга на предприятии.
19. Маркетинговые исследования при бенчмаркинге.
20. Методы и принципы конкурентной разведки.
21. Инструменты и технология конкурентной разведки.
22. Методы прогнозирования и оценки стратегической конкурентоспособности объектов.
23. Основные этапы процесса бенчмаркинга.
24. Оценка проведения бенчмаркинга на предприятии.

25. Особенности инструментов стратегического анализа.
26. Основные формы недобросовестной конкуренции.
27. Деловая разведка и ее роль в коммерции.
28. Понятие «бенчмаркинг», его основные цели и задачи.
29. Основные принципы бенчмаркинга.
30. Методы конкурентного анализа, их особенности.
31. Понятие и сущность конкурентоспособности.
32. Понятие и сущность экономического эффекта.
33. Методы оценки экономического эффекта.
34. Эволюционное развитие бенчмаркинга.
35. Особенности развития бенчмаркинга в России и за рубежом.
36. Функции бенчмаркинга.
37. Перспективы использования бенчмаркинга для развития бизнеса.
38. Бенчмаркинг как основа успешной стратегии развития бизнеса.
39. Внешний конкурентный бенчмаркинг: сущность, значение.
40. Внутренний бенчмаркинг: сущность, значение.
41. Конкурентный бенчмаркинг, его характеристика.
42. Основные этапы конкурентного анализа.
43. Функциональный бенчмаркинг: сущность, особенности применения.
44. Методические основы оценки эффективности бенчмаркинга.
45. Методы сбора информации в процессе маркетинговых исследований.
46. Методы анализа данных в процессе маркетингового исследования.

#### **4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ**

##### **4.1. Показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования, достижение обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине**

ПК-4 способностью на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты				
ПК-11 способностью критически оценить предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий				
Этап (уровень )	Критерии оценивания			
	Неудовлетворительн о /не зачтено	Удовлетворительн о / зачтено	Хорошо / зачтено	Отлично / зачтено
<b>знать</b>	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний: - отвечает устно и выполняет тестовые задания	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: - отвечает устно и выполняет тестовые задания на базовом	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний: - отвечает устно и выполняет тестовые задания с	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний: - отвечает устно и выполняет тестовые задания

	<p>задания на базовом уровне, с ошибками, которые при дополнительных вопросах исправляет;</p> <p>- методику построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, методы анализа и содержательной интерпретации полученных результатов;</p> <p>- способы оценки предлагаемых управленческих решений, методику разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.</p>	<p>уровне, с ошибками, которые при дополнительных вопросах исправляет;</p> <p>- методику построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, методы анализа и содержательной интерпретации полученных результатов;</p> <p>- способы оценки предлагаемых управленческих решений, методику разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.</p>	<p>незначительными замечаниями;</p> <p>- методику построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, методы анализа и содержательной интерпретации полученных результатов;</p> <p>- способы оценки предлагаемых управленческих решений, методику разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.</p>	<p>верно и в полном объеме;</p> <p>- методику построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, методы анализа и содержательной интерпретации полученных результатов;</p> <p>- способы оценки предлагаемых управленческих решений, методику разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.</p>
<b>уметь</b>	<p>Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет:</p> <p>- применять методику построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализировать и содержательно</p>	<p>Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений:</p> <p>- применять методику построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и</p>	<p>Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений:</p> <p>- применять методику построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических</p>	<p>Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений:</p> <p>- применять методику построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических</p>

	интерпретировать полученные результаты; - критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.	явлений, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты; - критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.	процессов и явлений, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты; - критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.	процессов и явлений, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты; - критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.
<b>владеть</b>	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет: - навыками построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов; - навыками оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методикой разработки и обоснования	Обучающийся владеет в неполном объеме и проявляет недостаточность владения навыками: - построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов; - оценки предлагаемых вариантов управленческих решений, методикой разработки и обоснования	Обучающимся допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения, частично владеет навыками: - построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов; - оценки предлагаемых вариантов управленческих	Обучающийся свободно применяет полученные навыки, в полном объеме владеет: - навыками построения стандартных теоретических и эконометрических моделей на основе описания экономических процессов и явлений, анализа и содержательной интерпретации полученных результатов; - навыками оценки предлагаемых вариантов управленческих решений,

предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.	предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.	решений, методикой разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.	методикой разработки и обоснования предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий.
---	---	---	--

#### 4.2. Шкалы оценивания результатов промежуточной аттестации и их описание

**Форма промежуточной аттестации: зачет.**

Промежуточная аттестация обучающихся в форме зачета проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по дисциплине «Бенч-маркинг», при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине, методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине выставляется оценка «зачтено», «не зачтено».

К промежуточной аттестации допускаются только студенты, выполнившие все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой по дисциплине «Бенч-маркинг» (прошли промежуточный контроль, выполнили практические работы, выполнили реферат или выступили с докладом).

Шкала оценивания	Описание
Зачтено	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенных в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, навыками, применяет их в ситуациях повышенной сложности. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
Не зачтено	Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных учебным планом. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, допускаются незначительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, навыков по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

**Форма промежуточной аттестации: экзамен.**

Промежуточная аттестация обучающихся в форме экзамена проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным

планом по дисциплине «Бенч-маркинг», при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине, методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

К промежуточной аттестации допускаются только студенты, выполнившие все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой по дисциплине «Бенч-маркинг» (прошли промежуточный контроль, выполнили практические работы, выполнили реферат или выступили с докладом).

<b>Шкала оценивания</b>	<b>Описание</b>
Отлично	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, навыками, применяет их в ситуациях повышенной сложности. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
Хорошо	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует неполное, правильное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, либо если при этом были допущены 2-3 несущественные ошибки.
Удовлетворительно	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, в котором освещена основная, наиболее важная часть материала, но при этом допущена одна значительная ошибка или неточность.
Неудовлетворительно	Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных учебным планом. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, навыков по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

## ЛИСТ ДОПОЛНЕНИЙ И ИЗМЕНЕНИЙ рабочей программы дисциплины

Рабочая программа дисциплины рассмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2021-2022 учебном году на заседании кафедры, протокол № 9 от «10» апреля 2021 г.

Внесены дополнения и изменения в части актуализации лицензионного программного обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по данной дисциплины, а так же современных профессиональных баз данных и информационных справочных системах.

---

---

Рабочая программа дисциплины рассмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022 - 2023 учебном году на заседании кафедры, протокол № 11 от « 14 » мая 2022 г.

Внесены дополнения и изменения в части актуализации лицензионного программного обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по данной дисциплины, современных профессиональных баз данных и информационных справочных системах, а так же перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

---

---

Рабочая программа дисциплины рассмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры, протокол № 06 от «04» марта 2023 г.

Внесены дополнения и изменения в части актуализации лицензионного программного обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по данной дисциплины, а так же современных профессиональных баз данных и информационных справочных системах, актуализации тем для самостоятельной работы, актуализации вопросов для подготовки к промежуточной аттестации, актуализации перечня основной и дополнительной учебной литературы.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры, протокол № 10 от «22» августа 2023 г.

Внесены дополнения и изменения в части актуализации электронных библиотечных систем.