

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования

**«Томский государственный университет систем управления и
радиоэлектроники»**

Кафедра менеджмента

Афонсова М.А.

Бенчмаркинг в бизнесе

Методические рекомендации по проведению практических занятий и
самостоятельной работы для студентов направления 38.04.02 – Менеджмент

Томск 2018

Бенчмаркинг в бизнесе: методические рекомендации для практических занятий и самостоятельной работы для студентов магистратуры, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 – Менеджмент, магистерская программа «Управление бизнесом» – Томск: Изд-во ТУСУР, 2018 – 15 с.

Методические рекомендации включают в себя основные вопросы, рассматриваемые на практических занятиях, указания для самостоятельной работы, а также примеры заданий для самоконтроля и вопросы для проверки компетенций.

Содержание

1 Общие положения	4
2 Методические указания к практическим занятиям и самостоятельной работе.....	5
Тема 1. Бенчмаркинг: сущность, содержание, виды и принципы его проведения	5
Тема 2. Механизм проведения бенчмаркингвого анализа в организации	7
Тема 3. Маркетинговые исследования и конкурентный анализ	9
Тема 4. Особенности применения бенчмаркинга в России	11
и за рубежом	11
4 Вопросы для подготовки к зачету	13
5 Темы докладов.....	14
Основная литература	15
Дополнительная литература.....	15

1 Общие положения

Методические рекомендации к практическим занятиям и самостоятельной работе по дисциплине «Бенчмаркинг в управлении бизнесом» предназначены для магистрантов направления 38.04.02 - «Менеджмент».

Цели изучения дисциплины: формирование профессиональных компетенций для успешного решения исследовательских задач в области анализа и использования лучших практик ведения бизнеса, управления экономическими процессами и явлениями.

Каждый раздел методических рекомендаций содержит темы и вопросы для обсуждения и предусматривает самостоятельную работу студента. Кроме подготовки к занятиям самостоятельная работа заключается в изучении тем, предусмотренных в рабочей программе, по учебнику, лекционному материалу, дополнительному перечню рекомендуемой учебной литературы.

Контроль выполнения самостоятельной работы проводится на практических занятиях, а также во время зачета.

2 Методические указания к практическим занятиям и самостоятельной работе

Тема 1. Бенчмаркинг: сущность, содержание, виды и принципы его проведения

Бенчмаркинг: сущность, содержание и основные цели.

Ключевые идеи бенчмаркинга

Бенчмаркинг как инструмент повышения конкурентоспособности предприятия.

Классификация видов бенчмаркинга.

Анализ конкурентных преимуществ в системе бенчмаркинга

Заимствование сильных сторон лидеров как основная идея бенчмаркинга

Теоретические модели бенчмаркинга, их характеристика

Компания Херох как пионер использования бенчмаркинга:

Внутренний бенчмаркинг: сущность, цели, практика применения.

Бенчмаркинг конкурентоспособности: понятие, сущность, цели

Конкурентная разведка как метод бенчмаркинга

Функциональный бенчмаркинг, его характеристика и особенности.

Бенчмаркинг процессов: сущность и практика применения.

Общий бенчмаркинг: характеристика и практика применения.

Отраслевой и региональный бенчмаркинг: сущность, особенности, цели

Основные факторы, определяющие необходимость применения бенчмаркинга

Характеристика основных принципов бенчмаркинга

Основные подходы к оценке эффективности бенчмаркинга

Продуктовый бенчмаркинг, сферы его применения

Стратегический и оперативный бенчмаркинг: функции, цели, отличия

Способы обобщения и оценки результатов исследований в процессе бенчмаркетинга

Вопросы для обсуждения на практическом занятии:

1. Сущность, содержание и роль бенчмаркинга
2. Технологии заимствования сильных сторон лидеров
3. Классификация видов бенчмаркинга
4. Методика оценки эффективности бенчмаркинга
5. Сферы применения стратегического и оперативного бенчмаркинга.

Содержание самостоятельной работы:

№	Наименование работы	Форма контроля
1	Подготовка к практическим занятиям, проработка лекционного материала	Опрос на практических занятиях
2	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	Опрос на практических занятиях

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Отечественные и зарубежные исследователи проблем бенчмаркинга.
2. Теоретические аспекты проблемы заимствования лучшего опыта ведения бизнеса
3. Современные практики реализации проектов бенчмаркинга.
4. Региональная политика государства в рамках национальной экономики.
5. Современные направления применения бенчмаркинга

Тема 2. Механизм проведения бенчмаркингвого анализа в организации

Методика проведения бенчмаркингвого анализа организации.

Основные принципы проведения бенчмаркингвого анализа.

Характеристика основных этапов процесса бенчмаркинга

Модель «колесо бенчмаркинга», ее основные преимущества и недостатки.

Основные предпосылки применения бенчмаркинга.

Выбор партнеров по бенчмаркингу: процесс выбора, критерии выбора.

Анализ результатов бенчмаркинга

Факторы, влияющие на организацию бенчмаркинга

Анализ возможностей применения бенчмаркинга.

Обоснование необходимости применения бенчмаркинга.

Причины, побуждающие организации к реализации проектов по бенчмаркингу.

Бенчмаркинг как метод совершенствования бизнес-процессов.

Вопросы для обсуждения на практическом занятии:

1. Охарактеризовать основные этапы бенчмаркинга.
2. Охарактеризовать основные факторы, влияющие на организацию бенчмаркинга.
3. Охарактеризовать методологию «Шесть сигм».
4. Способы обобщения и оценки результатов бенчмаркинга
5. Ситуационная задача «Презентация результатов бенчмаркинга»
6. Ситуационная задача по использованию на практике методологии «шесть сигм».

Содержание самостоятельной работы:

№	Наименование работы	Форма контроля
1	Подготовка к практическим занятиям, проработка лекционного материала	Опрос на практических занятиях
2	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	Опрос на практических занятиях

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Основные этапы бенчмаркинга, их особенности.
2. Организация регионального бенчмаркинга.
3. Факторы, влияющие на организацию бенчмаркинга
4. Сущность модели «колесо бенчмаркинга», ее применение на практике.

Тема 3. Маркетинговые исследования и конкурентный анализ

Бенчмаркинг как инструмент обеспечения конкурентоспособности

Конкурентоспособность предприятия: сущность, способы обеспечения и поддержания

Сущность, содержание и роль конкурентного анализа

Этапы конкурентного анализа, технологии их реализации

Методологические основы проведения маркетингового исследования.

Характеристика основных инструментов маркетингового исследования.

Современная концепция конкуренции. Конкуренция за ресурсы и за рынки.

Факторы конкурентоспособности предприятия.

Конкурентный потенциал фирмы: состав, структура, способы оценки.

Особенности отдельных этапов маркетингового исследования.

Основные методы сбора информации в процессе маркетингового исследования.

Количественные и качественные методы маркетингового исследования.

Экспериментальные методы исследования, практика их применения.

Методы и виды конкурентного анализа, сферы их практического применения.

Способы обобщения и анализа результатов маркетингового исследования.

Вопросы для обсуждения на практическом занятии:

1. Бенчмаркинг и его роль в обеспечении конкурентоспособности бизнеса.

2. Содержание и структура конкурентного потенциала предприятия.

3. Сущность и роль конкурентной разведки. Источники информации для разведки.

4. Технологии сбора, анализа и хранения конфиденциальной информации о конкурентах.

Содержание самостоятельной работы:

№	Наименование работы	Форма контроля
1	Подготовка к практическим занятиям, проработка лекционного материала	Опрос на практических занятиях
2	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	Опрос на практических занятиях

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Что представляют собой маркетинговые исследования
2. Основные виды маркетинговых исследований.
3. Выполнить сравнительный анализ методов маркетинговых исследований
4. Конкурентная разведка, ее отличия от деловой разведки.

Тема 4. Особенности применения бенчмаркинга в России и за рубежом

Сущность, цели и особенности бенчмаркинга в России

Основные сферы применения бенчмаркинга в России.

Основные проблемы применения бенчмаркинга в России.

Основные принципы и методы регионального бенчмаркинга.

Зарубежные модели бенчмаркинга, их краткая характеристика.

Кадровое и информационное обеспечение бенчмаркинга

Практика применения бенчмаркинга в зарубежных странах.

Технологии и процедуры бенчмаркинга, применяемые зарубежными странами

Использование технологий бенчмаркинга в туристическом бизнесе.

Практика применения бенчмаркинга в гостиничном бизнесе.

Анализ опыта применения бенчмаркинга компаниями в Германии.

Использование бенчмаркинга компаниями различных отраслей в России.

Вопросы для обсуждения на практическом занятии:

1. Примеры применения бенчмаркинга в России
2. Примеры применения бенчмаркинга за рубежом
3. Особенности применения различных видов бенчмаркинга
4. Сущность и особенности глобального бенчмаркинга
5. Практика применения бенчмаркинга в высокотехнологичных отраслях экономики.

Содержание самостоятельной работы:

№	Наименование работы	Форма контроля
1	Подготовка к практическим занятиям, проработка лекционного материала	Опрос на практических занятиях
2	Самостоятельное изучение тем (вопросов) теоретической части курса	Опрос на практических занятиях

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Внутренний бенчмаркинг и его применение в управлении зарубежными компаниями
2. Конкурентный бенчмаркинг в системе стратегического управления зарубежными компаниями
3. Нормативно – правовые акты, которые регулируют процесс бенчмаркинга в России и за рубежом.
4. Применение бенчмаркинга ведущими автомобильными компаниями мира.
5. Применение бенчмаркинга крупнейшими фармацевтическими компаниями мира.

4 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.

5 Темы докладов

1. Глобальный бенчмаркинг: понятие, виды, особенности применения.
2. Методика проведения бенчмаркингвого анализа.
3. Характеристика основных моделей проведения бенчмаркинга.
4. Основные проблемы использования бенчмаркинга в России.
5. Особенности оценки эффективности бенчмаркинга.
6. Характеристика модели бенчмаркинга Роберта Кэмпэ.
7. Характеристика модели бенчмаркинга американской компании Херох.
8. Модель бенчмаркинга компании IBM.
9. Функциональный бенчмаркинг, его особенности.
10. Бенчмаркинг процессов и практика его применения.
11. Количественные и качественные методы анализа конкурентов.
12. Внутренний бенчмаркинг, сфера и практика его применения.

6 Рекомендуемая литература

Основная литература

1. Шарафутдинова Н.С., Шафигуллина А.В. Бенчмаркинг: Учебное пособие. - Казань: ООО «Издательский дом», 2016. –138 с [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://docplayer.ru/68818371-Uchebnoe-posobie-benchmarking.html>
2. Аркадина А.В. Князев Е.А., Евдокимова Я.Ш. Бенчмаркинг для вузов: Учебно-методическое пособие. - М.: Логос, 2012. - 205 с.
3. Агафонова Л.А. Конкурентный бенчмаркинг как стратегия развития организации. / Научные труды Вольного экономического общества России/ №2, 2014. – С. 259-264.

Дополнительная литература

1. Антонова И.В. Бенчмаркинг – новое слово успешной стратегии бизнеса./ Региональная экономика и управление/ № 2, 2014. - С. 9-11.
2. Государственное регулирование экономики: Учебное пособие / Под ред. И.Н. Мысляевой, Н.П. Кононковой. - М.: Издательство Московского университета, 2010. - 440 с.
3. Бабкин П.Ю., Суркова Т.В., Переверзева М.Н. Бенчмаркинг как инструмент инновационного менеджмента. / Вестник международной академии системных исследований: информатика, экология, экономика/ № 2, 2013. - С. 173-176.