МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»
(ТУСУР)

УТВЕРЖДАЮ
Директор департамента образования
_____ П. Е. Троян
«___» _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Бенчмаркинг в управлении бизнеса

Уровень образования: **высшее образование - магистратура**
Направление подготовки / специальность: **38.04.02 Менеджмент**
Направленность (профиль) / специализация: **Управление бизнесом**
Форма обучения: **заочная**
Факультет: **ЗиВФ, Заочный и вечерний факультет**
Кафедра: **менеджмента, Кафедра менеджмента**
Курс: **1**
Семестр: **2**
Учебный план набора 2018 года

Распределение рабочего времени

№	Виды учебной деятельности	2 семестр	Всего	Единицы
1	Лекции	12	12	часов
2	Практические занятия	16	16	часов
3	Всего аудиторных занятий	28	28	часов
4	Самостоятельная работа	40	40	часов
5	Всего (без экзамена)	68	68	часов
6	Подготовка и сдача зачета	4	4	часов
7	Общая трудоемкость	72	72	часов
			2.0	З.Е.

Зачет: 2 семестр

Томск 2018

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Шелупанов А.А.
Должность: Ректор
Дата подписания: 20.12.2017
Уникальный программный ключ:
c53e145e-8b20-45aa-9347-a5e4dbb90e8d

Согласована на портале № 41354

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
протокол № 6 от «14» 6 2018 г.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Рабочая программа дисциплины составлена с учетом требований федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки (специальности) 38.04.02 Менеджмент, утвержденного 30.03.2015 года, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента «___» _____ 20__ года, протокол №_____.

Разработчик:

профессор каф. менеджмента	_____	М. А. Афонасова
Заведующий обеспечивающей каф. менеджмента	_____	М. А. Афонасова

Рабочая программа дисциплины согласована с факультетом и выпускающей кафедрой:

Декан ЗиВФ	_____	И. В. Осипов
Заведующий выпускающей каф. менеджмента	_____	М. А. Афонасова

Эксперты:

Доцент кафедры менеджмента (менеджмента)	_____	А. В. Богомолова
Старший преподаватель кафедры менеджмента (менеджмента)	_____	Т. В. Архипова

Согласована на портале № 41354

1. Цели и задачи дисциплины

1.1. Цели дисциплины

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

1.2. Задачи дисциплины

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

– раскрыть содержание и роль бенчмаркетинга как инструмента повышения конкурентоспособности бизнеса;

– сформировать навыки обобщения и анализа результатов исследования актуальных проблем управления бизнесом,

– изучить способы обобщения, анализа и использования лучшего опыта и результатов, полученных отечественными и зарубежными фирмами.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Бенчмаркинг в управлении бизнеса» (ФТД.2) относится к блоку ФТД.2.

Предшествующими дисциплинами, формирующими начальные знания, являются: Маркетинг в управлении бизнесом, Маркетинговые исследования в коммерческой деятельности.

Последующими дисциплинами являются: Преддипломная практика.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

– ПК-6 способностью обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями;

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

– **знать** теоретические основы исследования актуальных проблем управления и лучших практик ведения бизнеса; основные подходы к оценке результатов исследований актуальных проблем управления, полученных отечественными и зарубежными исследователями.

– **уметь** собирать, анализировать и систематизировать информацию об основных проблемах управления бизнесом; использовать инструменты бенчмаркингового анализа для использования их в практике управления бизнесом.

– **владеть** методами обобщения и оценки результатов исследований актуальных проблем управления бизнесом, полученных отечественными и зарубежными исследователями.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2.0 зачетных единицы и представлена в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Трудоемкость дисциплины

Виды учебной деятельности	Всего часов	Семестры
		2 семестр
Аудиторные занятия (всего)	28	28
Лекции	12	12
Практические занятия	16	16
Самостоятельная работа (всего)	40	40
Выполнение индивидуальных заданий	8	8
Проработка лекционного материала	7	7
Подготовка к практическим занятиям, семинарам	21	21
Выполнение контрольных работ	4	4
Всего (без экзамена)	68	68

Согласована на портале № 41354

Подготовка и сдача зачета	4	4
Общая трудоемкость, ч	72	72
Зачетные Единицы	2.0	

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Разделы дисциплины и виды занятий приведены в таблице 5.1.

Таблица 5.1 – Разделы дисциплины и виды занятий

Названия разделов дисциплины	Лек., ч	Прак. зан., ч	Сам. раб., ч	Всего часов (без экзамена)	Формируемые компетенции
2 семестр					
1 Бенчмаркинг: сущность, содержание, виды и принципы его проведения	4	4	8	16	ПК-6
2 Механизм проведения бенчмаркингового анализа в организации	2	4	14	20	ПК-6
3 Маркетинговые исследования и конкурентный анализ	3	4	12	19	ПК-6
4 Особенности применения бенчмаркинга в России и за рубежом	3	4	6	13	ПК-6
Итого за семестр	12	16	40	68	
Итого	12	16	40	68	

5.2. Содержание разделов дисциплины (по лекциям)

Содержание разделов дисциплин (по лекциям) приведено в таблице 5.2.

Таблица 5.2 – Содержание разделов дисциплин (по лекциям)

Названия разделов	Содержание разделов дисциплины (по лекциям)	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
2 семестр			
1 Бенчмаркинг: сущность, содержание, виды и принципы его проведения	Сущность, цели и основные принципы бенчмаркинга. : Ключевые идеи бенчмаркингаБенчмаркинг как инструмент повышения конкурентоспособности предприятия. Классификация видов бенчмаркинга.Исследования отечественных и зарубежных ученых в сфере бенчмаркинга.	4	ПК-6
	Итого	4	
2 Механизм проведения бенчмаркингового анализа в организации	Методика проведения бенчмаркингового анализа организации.Основные принципы проведения бенчмаркингового анализа.Характеристика основных этапов процесса бенчмаркингаХарактеристика и оценка модельи «колесо бенчмаркинга», ее основных преимуществх и недостатков.	2	ПК-6

Согласована на портале № 41354

	Итого	2	
3 Маркетинговые исследования и конкурентный анализ	Бенчмаркинг как инструмент обеспечения конкурентоспособностиСущность, содержание и роль конкурентного анализаЭтапы конкурентного анализа, технологии их реализацииМетодологические основы проведения маркетингового исследования. Характеристика основных инструментов маркетингового исследования.	3	ПК-6
	Итого	3	
4 Особенности применения бенчмаркинга в России и за рубежом	Основные проблемы применения бенчмаркинга в России.Зарубежные модели бенчмаркинга, их краткая характеристика.Кадровое и информационное обеспечение бенчмаркингаПрактика применения бенчмаркинга в зарубежных странах.Технологии и процедуры бенчмаркинга, применяемые зарубежными странами	3	ПК-6
	Итого	3	
Итого за семестр		12	

5.3. Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечивающими (предыдущими) и обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечивающими (предыдущими) и обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами представлены в таблице 5.3.

Таблица 5.3 – Разделы дисциплины и междисциплинарные связи

Наименование дисциплин	№ разделов данной дисциплины, для которых необходимо изучение обеспечивающих и обеспечиваемых дисциплин			
	1	2	3	4
Предшествующие дисциплины				
1 Маркетинг в управлении бизнесом	+	+		
2 Маркетинговые исследования в коммерческой деятельности	+	+	+	+
Последующие дисциплины				
1 Преддипломная практика	+	+	+	+

5.4. Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий представлено в таблице 5.4.

Таблица 5.4 – Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

Компетенции	Виды занятий			Формы контроля
	Лек.	Прак. зан.	Сам. раб.	
ПК-6	+	+	+	Контрольная работа, Домашнее задание, Выполнение контрольной работы, Опрос на занятиях, Зачет, Тест

Согласована на портале № 41354

6. Интерактивные методы и формы организации обучения

Не предусмотрено РУП.

7. Лабораторные работы

Не предусмотрено РУП.

8. Практические занятия (семинары)

Наименование практических занятий (семинаров) приведено в таблице 8.1.

Таблица 8.1 – Наименование практических занятий (семинаров)

Названия разделов	Наименование практических занятий (семинаров)	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
2 семестр			
1 Бенчмаркинг: сущность, содержание, виды и принципы его проведения	Теоретические модели бенчмаркинга, их характеристика.Внутренний бенчмаркинг: сущность, цели, практика применения.Конкурентная разведка как метод бенчмаркинга.Функциональный бенчмаркинг, его характеристика и особенности.	4	ПК-6
	Итого	4	
2 Механизм проведения бенчмаркингового анализа в организации	Основные этапы бенчмаркинга.Характеристика методологии «Шесть сигм».Способы обобщения и оценки результатов бенчмаркингаСитуационная задача «Презентация результатов бенчмаркинга».	4	ПК-6
	Итого	4	
3 Маркетинговые исследования и конкурентный анализ	Бенчмаркинг и его роль в обеспечении конкурентоспособности бизнеса.Содержание и структура конкурентного потенциала предприятия. Сущность и роль конкурентной разведки. Источники информации для разведки.Технологии сбора, анализа и хранения конфиденциальной информации о конкурентах.	4	ПК-6
	Итого	4	
4 Особенности применения бенчмаркинга в России и за рубежом	Примеры применения бенчмаркинга в РоссииПримеры применения бенчмаркинга за рубежомОсобенности применения различных видов бенчмаркингаСущность и особенности глобального бенчмаркинга	4	ПК-6
	Итого	4	
Итого за семестр		16	

9. Самостоятельная работа

Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции представлены в таблице 9.1.

Согласована на портале № 41354

Таблица 9.1 – Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции

Названия разделов	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции	Формы контроля
2 семестр				
1 Бенчмаркинг: сущность, содержание, виды и принципы его проведения	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	7	ПК-6	Зачет, Опрос на занятиях, Тест
	Проработка лекционного материала	1		
	Итого	8		
2 Механизм проведения бенчмаркингового анализа в организации	Выполнение контрольных работ	4	ПК-6	Зачет, Контрольная работа, Опрос на занятиях, Тест
	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	4		
	Проработка лекционного материала	6		
	Итого	14		
3 Маркетинговые исследования и конкурентный анализ	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	4	ПК-6	Домашнее задание, Зачет, Опрос на занятиях, Тест
	Выполнение индивидуальных заданий	8		
	Итого	12		
4 Особенности применения бенчмаркинга в России и за рубежом	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	6	ПК-6	Зачет, Опрос на занятиях, Тест
	Итого	6		
Итого за семестр		40		
	Подготовка и сдача зачета	4		Зачет
Итого		44		

10. Курсовой проект / курсовая работа

Не предусмотрено РУП.

11. Рейтинговая система для оценки успеваемости обучающихся

Рейтинговая система не используется.

12. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

12.1. Основная литература

1. Соловьева Ю.Н. Конкурентные преимущества и бенчмаркинг [Электронный ресурс]: учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры. – М. Издательство «Юрайт», 2018. -131 с. - (Серия Бакалавр и магистр. Модуль). - Режим доступа: https://biblio-online.ru/viewer/552B596E-4A1F-4B44-88D3-E902657E7953/konkurentnye-preimuschestva-i-benchmarking#page/1 (дата обращения: 31.07.2018).

Согласована на портале № 41354

12.2. Дополнительная литература

1. Жигалова, В. Н. Оценка бизнеса [Электронный ресурс]: Учебное пособие [Электронный ресурс] / В. Н. Жигалова. — Томск ТУСУР, 2018. — 317 с. - Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/7743 (дата обращения: 31.07.2018).

12.3. Учебно-методические пособия

12.3.1. Обязательные учебно-методические пособия

1. Бенчмаркинг в бизнесе [Электронный ресурс]: Методические рекомендации по проведению практических занятий и самостоятельной работы / М. А. Афонасова - 2018. 15 с. - Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/8422 (дата обращения: 31.07.2018).

12.3.2. Учебно-методические пособия для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Учебно-методические материалы для самостоятельной и аудиторной работы обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Для лиц с нарушениями зрения:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в форме электронного документа;
- в печатной форме.

12.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Система межрегиональных маркетинговых центров. Режим доступа:www.marketcenter.ru
2. Энциклопедия маркетинга. Режим доступа: www.marketing.spb.ru
3. Корпоративный менеджмент: финансы, бизнес-планы, управление компанией. Режим доступа: www.cfin.ru
4. Деловые статьи и интернет-сервисы: www.polpred.com

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины и требуемое программное обеспечение

13.1. Общие требования к материально-техническому и программному обеспечению дисциплины

13.1.1. Материально-техническое и программное обеспечение для лекционных занятий

Для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используется учебная аудитория с количеством посадочных мест не менее 22-24, оборудованная доской и стандартной учебной мебелью. Имеются демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации по лекционным разделам дисциплины.

13.1.2. Материально-техническое и программное обеспечение для практических занятий

Учебная аудитория

учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, учебная аудитория для проведения занятий практического типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, помещение для проведения групповых и индивидуальных консультаций, помещение для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

634045, Томская область, г. Томск, ул. Красноармейская, д. 146, 304 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- Компьютеры;
- Комплект специализированной учебной мебели;

Согласована на портале № 41354

- Рабочее место преподавателя.

Программное обеспечение:

- Google Chrome
- Microsoft Windows 7 Pro
- Mozilla Firefox
- OpenOffice

13.1.3. Материально-техническое и программное обеспечение для самостоятельной работы

Для самостоятельной работы используются учебные аудитории (компьютерные классы), расположенные по адресам:

- 634050, Томская область, г. Томск, Ленина проспект, д. 40, 233 ауд.;
- 634045, Томская область, г. Томск, ул. Красноармейская, д. 146, 201 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 47, 126 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 207 ауд.

Состав оборудования:

- учебная мебель;
- компьютеры класса не ниже ПЭВМ INTEL Celeron D336 2.8ГГц. - 5 шт.;
- компьютеры подключены к сети «Интернет» и обеспечивают доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Перечень программного обеспечения:

- Microsoft Windows;
- OpenOffice;
- Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows;
- 7-Zip;
- Google Chrome.

13.2. Материально-техническое обеспечение дисциплины для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Освоение дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При занятиях с обучающимися **с нарушениями слуха** предусмотрено использование звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств и других технических средств приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы преподавания для обучающихся с инвалидностью, портативной индукционной системы. Учебная аудитория, в которой занимаются обучающиеся с нарушением слуха, оборудована компьютерной техникой, аудиотехникой, видеотехникой, электронной доской, мультимедийной системой.

При занятиях с обучающимися **с нарушениями зрениями** предусмотрено использование в лекционных и учебных аудиториях возможности просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для комфортного просмотра.

При занятиях с обучающимися **с нарушениями опорно-двигательного аппарата** используются альтернативные устройства ввода информации и другие технические средства приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы обучения для людей с инвалидностью.

14. Оценочные материалы и методические рекомендации по организации изучения дисциплины

14.1. Содержание оценочных материалов и методические рекомендации

Для оценки степени сформированности и уровня освоения закрепленных за дисциплиной компетенций используются оценочные материалы в составе:

14.1.1. Тестовые задания

1. Дайте определение понятия бенчмаркинг

Согласована на портале № 41354

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 бкнчмаркинга

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

Согласована на портале № 41354

б) инструментом бенчмаркинга являются социальные сети
в) бенчмаркинг сопряжен с огромными финансовыми рисками
г) бенчмаркинг является открытым, совместным процессом

10. Бенчмаркинг позволяет:
а) ус транить конкурентов
б) лучше понимать бизнес-процессы и получать дополнительную прибыль
в) количественно оценить конкурентоспособность продукции
г) лучше понимать своих потребителей и конкурентов

11. Бенчмаркинговый анализ является разновидностью:
а) маркетинговых исследований
б) научных исследований
в) лабораторных экспериментов
г) опроса экспертов

12. Бенчмаркинговый анализ 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 бенчмаркингового 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) бенчмаркинговый подход приводит к существенному изменению процедуры принятия решения в маркетинге
б) бенчмаркинговый подход является основой для принятия инвестиционных решений
в) бенчмаркинговый 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:

Согласована на портале № 41354

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.

14.1.2. Темы домашних заданий

1.. Охарактеризовать основные виды маркетинговых исследований.
2. Выполнить сравнительный анализ методов маркетинговых исследований
3. Конкурентный бенчмаркинг в системе стратегического управления зарубежными компаниями
4. Конкурентная разведка, ее отличия от деловой разведки.
5. Применение бенчмаркинга крупнейшими фармацевтическими компаниями мира

14.1.3. Зачёт

1. Понятие и роль бенчмаркинга
2. Перспективы использования бенчмаркинга для развития бизнеса
3. Бенчмаркинг как основа успешной стратегии развития бизнеса
4. Внешний конкурентный бенчмарикнг: 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.

14.1.4. Темы опросов на занятиях

Сущность, цели и основные принципы бенчмаркинга. :
Ключевые идеи бенчмаркинга
Бенчмаркинг как инструмент повышения конкурентоспособности предприятия.
Классификация видов бенчмаркинга.
Исследования отечественных и зарубежных ученых в сфере бенчмаркинга.
Методика проведения бенчмаркингового анализа организации.

Согласована на портале № 41354

Основные принципы проведения бенчмаркингового анализа.

Характеристика основных этапов процесса бенчмаркинга

Характеристика и оценка модельи «колесо бенчмаркинга», ее основных преимуществх и недостатков.

Бенчмаркинг как инструмент обеспечения конкурентоспособности

Сущность, содержание и роль конкурентного анализа

Этапы конкурентного анализа, технологии их реализации

Методологические основы проведения маркетингового исследования.

Характеристика основных инструментов маркетингового исследования.

Основные проблемы применения бенчмаркинга в России.

Зарубежные модели бенчмаркинга, их краткая характеристика.

Кадровое и информационное обеспечение бенчмаркинга

Практика применения бенчмаркинга в зарубежных странах.

Технологии и процедуры бенчмаркинга, применяемые зарубежными странами

14.1.5. Темы контрольных работ

1. Рассмотреть бенчмаркинг как способ оценки стратегий компании в сравнении с лидерами в отрасли.
2. Описать методологию функционального бенчмаркинга (раскрыть основные этапы).
3. Охарактеризовать принцип бенчмаркинга «best of the best» (принцип эталонной системы).
4. Охарактеризовать трехэтапный процесс подбор партнера для бенчмаркинга (процессом STC).
5. Раскрыть сущность и особенности проведения внутреннего бенчмаркинга

14.2. Требования к оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусмотрены дополнительные оценочные материалы, перечень которых указан в таблице 14.

Таблица 14 – Дополнительные материалы оценивания для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Категории обучающихся	Виды дополнительных оценочных материалов	Формы контроля и оценки результатов обучения
С нарушениями слуха	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы	Преимущественно письменная проверка
С нарушениями зрения	Собеседование по вопросам к зачету, опрос по терминам	Преимущественно устная проверка (индивидуально)
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	Решение дистанционных тестов, контрольные работы, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету	Преимущественно дистанционными методами
С ограничениями по общемедицинским показаниям	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы, устные ответы	Преимущественно проверка методами исходя из состояния обучающегося на момент проверки

14.3. Методические рекомендации по оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной форме;
- в печатной форме с увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- методом чтения ассистентом задания вслух;

Согласована на портале № 41354

– предоставление задания с использованием сурдоперевода.

Лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких обучающихся предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

– письменно на бумаге;
– набор ответов на компьютере;
– набор ответов с использованием услуг ассистента;
– представление ответов устно.

Процедура оценивания результатов обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в форме электронного документа;
– в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в форме электронного документа;
– в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в форме электронного документа;
– в печатной форме.

При необходимости для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

Согласована на портале № 41354