

**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

Документ подписан электронной подписью  
Сертификат: 1сбсfa0a-52a6-4f49-aef0-5584d3fd4820  
Владелец: Троян Павел Ефимович  
Действителен: с 19.01.2016 по 16.09.2019

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Бенчмаркинг в управлении бизнесом**

Уровень образования: **высшее образование - магистратура**  
Направление подготовки / специальность: **38.04.02 Менеджмент**  
Направленность (профиль) / специализация: **Управление бизнесом**  
Форма обучения: **очная**  
Факультет: **ЭФ, Экономический факультет**  
Кафедра: **менеджмента, Кафедра менеджмента**  
Курс: **2**  
Семестр: **3**  
Учебный план набора 2018 года

Распределение рабочего времени

№	Виды учебной деятельности	3 семестр	Всего	Единицы
1	Лекции	12	12	часов
2	Практические занятия	16	16	часов
3	Всего аудиторных занятий	28	28	часов
4	Самостоятельная работа	44	44	часов
5	Всего (без экзамена)	72	72	часов
6	Общая трудоемкость	72	72	часов
		2.0	2.0	З.Е.

Зачет: 3 семестр

Томск 2018

## 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 ЭФ \_\_\_\_\_ А. В. Богомолова

Заведующий выпускающей каф.  
менеджмента

\_\_\_\_\_ М. А. Афонасова

Эксперты:

Доцент кафедры менеджмента (менеджмента)

\_\_\_\_\_ А. В. Богомолова

Старший преподаватель кафедры  
менеджмента (менеджмента)

\_\_\_\_\_ Т. В. Архипова

## 1. Цели и задачи дисциплины

### 1.1. Цели дисциплины

формирование профессиональных компетенций для успешного решения исследовательских задач в области управления бизнесом на основе анализа и использования опыта лидеров рынка

### 1.2. Задачи дисциплины

- сформировать у магистрантов представление о методах и технологиях использования лучших практик управления бизнесом;
- раскрыть содержание и роль бенчмаркетинга 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.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Бенчмаркинг в управлении бизнесом» (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 бенчмаркинг-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
		3 семестр
Аудиторные занятия (всего)	28	28
Лекции	12	12
Практические занятия	16	16
Самостоятельная работа (всего)	44	44
Выполнение индивидуальных заданий	8	8
Проработка лекционного материала	11	11
Подготовка к практическим занятиям, семинарам	25	25
Всего (без экзамена)	72	72
Общая трудоемкость, ч	72	72

Зачетные Единицы	2.0	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
<b>3 семестр</b>					
1 Бенчмаркинг: сущность, содержание, виды и принципы его проведения	4	4	16	24	ПК-6
2 Механизм проведения бенчмаркинг-анализа в организации	2	4	10	16	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	44	72	
Итого	12	16	44	72	

### 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
<b>3 семестр</b>			
1 Бенчмаркинг: сущность, содержание, виды и принципы его проведения	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.	4	ПК-6
	Итого	4	
2 Механизм проведения бенчмаркинг-анализа в организации	Методика проведения бенчмаркинг-анализа организации. Основные принципы проведения бенчмаркинг-анализа. Характеристика основных этапов процесса бенчмаркинга Характеристика и оценка модели «колесо бенчмаркинга», ее основных преимуществ и недостатков.	2	ПК-6
	Итого	2	
3 Маркетинговые исследования и	Бенчмаркинг как инструмент обеспечения конкурентоспособности Сущность, содержание и роль	3	ПК-6

конкурентный анализ	конкурентного анализаЭтапы конкурентного анализа, технологии их реализацииМетодологические основы проведения маркетингового исследования. Характеристика основных инструментов маркетингового исследования.		
	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	+	+	+	Домашнее задание, Выполнение контрольной работы, Опрос на занятиях, Зачет, Тест

### 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
3 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 бенчмаркинг-анализа в организации	Основные этапы бенчмаркинга. Характеристика методологии «Шесть сигм». Способы обобщения и оценки результатов бенчмаркинга. Ситуационная 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 России. Примеры применения бенчмаркинга за рубежом. Особенности применения различных видов бенчмаркинга. Сущность 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.

Таблица 9.1 – Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции

Названия разделов	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции	Формы контроля
3 семестр				
1 Бенчмаркинг: сущность, содержание,	Подготовка к практическим занятиям, семина-	11	ПК-6	Зачет, Опрос на занятиях, Тест

виды и принципы его проведения	рам			
	Проработка лекционного материала	5		
	Итого	16		
2 Механизм проведения бенчмаркинг-анализа в организации	Подготовка к практическим занятиям, семинарам	4	ПК-6	Зачет, Опрос на занятиях, Тест
	Проработка лекционного материала	6		
	Итого	10		
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		44		
Итого		44		

### 10. Курсовой проект / курсовая работа

Не предусмотрено РУП.

### 11. Рейтинговая система для оценки успеваемости обучающихся

#### 11.1. Балльные оценки для элементов контроля

Таблица 11.1 – Балльные оценки для элементов контроля

Элементы учебной деятельности	Максимальный балл на 1-ую КТ с начала семестра	Максимальный балл за период между 1КТ и 2КТ	Максимальный балл за период между 2КТ и на конец семестра	Всего за семестр
3 семестр				
Домашнее задание	5	5	10	20
Опрос на занятиях		25	25	50
Тест	10	10	10	30
Итого максимум за период	15	40	45	100
Нарастающим итогом	15	55	100	100

#### 11.2. Пересчет баллов в оценки за контрольные точки

Пересчет баллов в оценки за контрольные точки представлен в таблице 11.2.

Таблица 11.2 – Пересчет баллов в оценки за контрольные точки

Баллы на дату контрольной точки	Оценка
≥ 90% от максимальной суммы баллов на дату КТ	5

От 70% до 89% от максимальной суммы баллов на дату КТ	4
От 60% до 69% от максимальной суммы баллов на дату КТ	3
< 60% от максимальной суммы баллов на дату КТ	2

### 11.3. Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку представлен в таблице 11.3.

Таблица 11.3 – Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Оценка (ГОС)	Итоговая сумма баллов, учитывает успешно сданный экзамен	Оценка (ECTS)
5 (отлично) (зачтено)	90 - 100	A (отлично)
4 (хорошо) (зачтено)	85 - 89	B (очень хорошо)
	75 - 84	C (хорошо)
	70 - 74	D (удовлетворительно)
65 - 69		
3 (удовлетворительно) (зачтено)	60 - 64	E (посредственно)
2 (неудовлетворительно) (не зачтено)	Ниже 60 баллов	F (неудовлетворительно)

## 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).

### 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](http://www.marketcenter.ru)
2. Энциклопедия маркетинга. Режим доступа: [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru)
3. Корпоративный менеджмент: финансы, бизнес-планы, управление компанией. Режим доступа: [www.cfin.ru](http://www.cfin.ru)
4. Деловые статьи и интернет-сервисы: [www.polpred.com](http://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;
- 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
  - 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
- 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. Бенчмаркинг анализ является разновидностью:

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

12. Бенчмаркинг 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 бенчмаркингвого 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) бенчмаркингвый подход приводит к существенному изменению процедуры принятия решения в маркетинге
- б) бенчмаркингвый подход является основой для принятия инвестиционных решений
- в) бенчмаркингвый 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.

#### **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. Использование бенчмаркинга в сфере управления бизнесом
3. Бенчмаркинг как основа эффективного управления бизнесом
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. Характеристика зарубежных моделей бенчмаркинга
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 бенчмаркинг-анализа организации.

Основные принципы проведения бенчмаркинг-анализа.

Характеристика основных этапов процесса бенчмаркинга

Характеристика и оценка модели «колесо бенчмаркинга», ее основных преимуществ 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

## **14.2. 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;
- 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.