

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 02.05.2025 18:28:25
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfce392f7224a676a271b2

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И
ТОРГОВЛИ ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»**

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ТОРГОВОГО ДЕЛА

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебно-методической работе


Л.В. Крылова

“ 28 ” 2024 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.02.01 БЕНЧМАРКИНГ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Укрупненная группа направлений подготовки 38.00.00 «Экономика и управление»

Программа высшего образования – программа бакалавриата

Направление подготовки 38.03.06 «Торговое дело»

Профиль: -

Факультет маркетинга и торгового дела

Курс, форма обучения:

очная форма обучения 4 курс

очно-заочная форма обучения 5 курс

Рабочая программа адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

**Донецк
2024**

Рабочая программа учебной дисциплины «Бенчмаркинг торгового предприятия» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, разработанная в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»:

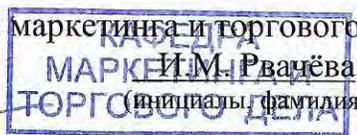
- в 2024г – для очной формы обучения;
- в 2024г – для очно-заочной формы обучения.

Разработчик: Сошенко И.В., к.э.н., доцент кафедры маркетинга и торгового дела

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела
Протокол от «20» 02 2024 года №15

Зав. кафедрой маркетинга и торгового дела

(подпись) И.М. Рвачёва
(инициалы, фамилия)



СОГЛАСОВАНО

Декан факультета маркетинга и торгового дела

(подпись) Д.В. Махносов
(инициалы, фамилия)



Дата «27» 02 2024 года

ОДОБРЕНО

Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»

Протокол от «28» февраля 2024 года № 7

Председатель
(подпись) Л.В. Крылова
(инициалы, фамилия)

© Сошенко И.В., 2024 год

© ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2024 год

1. ОПИСАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование показателя	Наименование укрупненной группы направлений подготовки, направление подготовки, профиль, программа высшего образования	Характеристика учебной дисциплины	
		очная форма обучения	очно-заочная форма обучения
Количество зачетных единиц – 2	Укрупненная группа направлений подготовки 38.00.00 Экономика и управление	часть, формируемая участниками образовательных отношений	
	Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело		
Модулей – 1	Профиль: -	Год подготовки	
Смысловых модулей – 3		4-й	5-й
Общее количество часов – 72		Семестр	
		8-й	10-й
	Лекции		
	12 час.	12 час.	
Количество часов в неделю для очной формы обучения: аудиторных – 1 самостоятельной работы обучающегося – 2,95	Программа высшего образования – программа бакалавриата	Практические, семинарские занятия	
		6 час.	10 час.
		Лабораторные занятия	
		-	-
		Самостоятельная работа	
		53,15	48,55
		Индивидуальные задания:	
		3 ТМК	3 АПР
Форма промежуточной аттестации: (зачет, зачет с оценкой, экзамен)			
зачет	зачет		

* для очной формы обучения указывается количество проводимых текущих модульных контролей (например, 2ТМК), при наличии – курсовая работа/проект (КР/КП)

для очно-заочной формы обучения указывается, при наличии, аудиторная письменная работа/контрольная работа (АПР), курсовая работа/проект (КР/КП)

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:

для очной формы обучения – 18/53,15;

для очно-заочной формы обучения – 22/48,55

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель учебной дисциплины: изучение и усвоение теоретических концептуальных положений маркетинговых приемов формирования и управления бенчмаркингом, формирование у обучающихся понимания и практического умения проведения внутреннего и внешнего бенчмаркинга, планирование бенчмаркинговых проектов, использования концепции TQM, принципов интеграции бенчмаркинга с инновационными процессами.

Задачи учебной дисциплины: теоретическая и практическая подготовка обучающихся к условиям деятельности предприятий в условиях рыночной экономики с использованием концепции бенчмаркинга.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.02.01 «Бенчмаркинг торгового предприятия» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплина по выбору) ОПОП ВО направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Для освоения дисциплины обучающимся требуется подготовка в объеме, соответствующем успешному прохождению дисциплин: «Маркетинговые исследования», «Коммерческая деятельность», «Интернет-маркетинг», «Экономика предприятия».

4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
ПК-1 Способность осуществлять предварительный сбор данных о потребностях, ценах на товары, работы, услуги	ИДК-1ПК-1 Знать требования действующего законодательства и нормативных правовых актов, основы бухгалтерского учета, особенности ценообразования на рынке (по направлениям) ИДК-2ПК-1 Уметь обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; обрабатывать, формировать и хранить данные, информацию, документы, в том числе полученные от поставщиков ИДК-3ПК-1 Владеть методами определения и обоснования начальных максимальных цен контракта, основами информатики в части применения к закупкам; этикой делового общения и правила ведения переговоров

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен **знать:**

- понятие бенчмаркинга;
- этапы развития концепции бенчмаркинга;
- этапы внедрения процессного подхода на предприятии;
- принципы бенчмаркинга и причины его активизации
- правила создания новых маркетинговых проектов;
- технологии расчета риска от внедрения бенчмаркинговых проектов.

уметь:

- проводить бенчмаркинговые исследования;
- разрабатывать бенчмаркинговые планы;
- внедрять бенчмаркинг в деятельность современных предприятий.

владеть:

- культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной деятельностью предприятий;
- способностью анализировать экономическую среду предприятия;
- анализировать поведение конкурентов.

5. ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Смысловой модуль 1. Аналитический

Тема 1. Исторические предпосылки и пути развития бенчмаркинга.

Тема 2. Понятие и виды современного бенчмаркинга.

Тема 3. Основные принципы бенчмаркинга.

Смысловой модуль 2 Организационный

Тема 4. Планирования бенчмаркингового проекта в организации.

Тема 5. Внутренний сравнительный анализ при проведении бенчмаркинга.

Тема 6. Внешний сравнительный анализ при проведении бенчмаркинга.

Смысловой модуль 3. Контроль и элиминирование

Тема 7. Бенчмаркинг как процесс постоянного повышения качества.

Тема 8. TQM и бенчмаркинг в государственном секторе экономики.

Тема 9. Премии в области качества и их роль в бенчмаркинговом проекте.

6. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма					очно-заочная форма						
	всего	в том числе				всего	в том числе					
		л ¹	п ²	лаб ₃	инд ₄		СРС ⁵	л ¹	п ²	лаб ₃	инд ₄	СРС ⁵
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1												
Смысловой модуль 1.												
Тема 1. Исторические предпосылки и пути развития бенчмаркинга.	7	1	-			6	8	1	1			6
Тема 2. Понятие и виды современного бенчмаркинга.	8	1	1			6	8	1	1			6
Тема 3. Основные принципы бенчмаркинга.	8	1	1			6	8	1	1			6
<i>Итого по смысловому модулю 1</i>	23	3	2			18	24	3	3			18
Смысловой модуль 2.												
Тема 4. Планирования бенчмаркингового проекта в организации.	8	1	1			6	8	1	2			5
Тема 5. Внутренний сравнительный анализ при проведении бенчмаркинга.	8,5	2	0,5			6	8	2	1			5
Тема 6. Внешний сравнительный анализ при проведении бенчмаркинга.	8,5	2	0,5			6	8	2	1			5
<i>Итого по смысловому модулю 2</i>	25	5	2			18	24	5	4			15
Смысловой модуль 3.												
Тема 7. Бенчмаркинг как процесс постоянного повышения качества.	7,5	1	0,5			6	7	1	1			5
Тема 8. TQM и бенчмаркинг в государственном секторе экономики.	9	2	1			6	9	2	1			6
Тема 9. Премии в области качества и их роль в бенчмаркинговом проекте	6,65	1	0,5			5,15	6,55	1	1			4,55

<i>Итого по смысловому модулю 3</i>	23,15	4	2			17,15	22,55	4	3			15,55
<i>Всего по смысловым модулям</i>	71,15	12	6			53,15	70,55	12	10			48,55
<i>Катт</i>	0,6						1,2					
<i>СРЭК</i>	-						-					
<i>ИК</i>	-						-					
<i>КЭ</i>	-						-					
<i>Каттэк</i>	0,25						0,25					
<i>Контроль</i>	-						-					
Всего часов	72	12	6			53,15	72	12	10			48,55

Примечания: 1. л – лекции;

2. п – практические (семинарские) занятия;

3. лаб – лабораторные занятия;

4. инд – индивидуальные занятия;

5. СРС – самостоятельная работа.

7. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

N п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	очно- заочная форма
1.	Тема 1. Исторические предпосылки и пути развития бенчмаркинга.	-	1
2.	Тема 2. Понятие и виды современного бенчмаркинга.	1	1
3.	Тема 3. Основные принципы бенчмаркинга.	1	1
4.	Тема 4. Планирования бенчмаркингвого проекта в организации.	1	2
5.	Тема 5. Внутренний сравнительный анализ при проведении бенчмаркинга.	0,5	1
6.	Тема 6. Внешний сравнительный анализ при проведении бенчмаркинга.	0,5	1
7.	Тема 7. Бенчмаркинг как процесс постоянного повышения качества.	0,5	1
8.	Тема 8. TQM и бенчмаркинг в государственном секторе экономики.	1	1
9.	Тема 9. Премии в области качества и их роль в бенчмаркингвом проекте	0,5	1
Всего:		6	10

8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ

N п/п	Название темы	Количество часов
Не предусмотрены планом		

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

N п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	очно- заочная форма

1.	Тема 1. Исторические предпосылки и пути развития бенчмаркинга.	6	6
2.	Тема 2. Понятие и виды современного бенчмаркинга.	6	6
3.	Тема 3. Основные принципы бенчмаркинга.	6	6
4.	Тема 4. Планирования бенчмаркингового проекта в организации.	6	5
5.	Тема 5. Внутренний сравнительный анализ при проведении бенчмаркинга.	6	5
6.	Тема 6. Внешний сравнительный анализ при проведении бенчмаркинга.	6	5
7.	Тема 7. Бенчмаркинг как процесс постоянного повышения качества.	6	5
8.	Тема 8. TQM и бенчмаркинг в государственном секторе экономики.	6	6
9.	Тема 9. Премии в области качества и их роль в бенчмаркинговом проекте	5,15	4,55
Всего:		53,15	48,55

10. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации учебной дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

1) для слепых и слабовидящих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом...

2) для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования...

3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере...

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

1) для слепых и слабовидящих:

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

- 2) для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- 3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.

10.ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

Вопросы для ТМК, контрольная работа:

1. «Бенчмаркинг»:понятие, значение, сущность.
2. Назовите этапы развития бенчмаркинга в мире.
3. Какие мировые компании используют направление бенчмаркинг?
4. Охарактеризуйте этапы развития бенчмаркинга.
5. Какие существуют поколения бенчмаркинга?
6. Сопоставьте американскую и японскую теорию возникновения бенчмаркинга.
7. Назовите причины популярности бенчмаркинга.
8. Какие направления использования бенчмаркинга вы знаете?
9. Назовите и охарактеризуйте виды бенчмаркинга.
10. Что представляет собой Total Quality Management (TQM)?
11. Попробуйте сформулировать свое определение бенчмаркинга.
12. Выбор предмета бенчмаркинга.
13. Выбор организации для сравнения.
14. Сбор данных.
15. Анализ данных и внедрение улучшений.
16. Принципы проведения внутреннего сравнительного анализа между компаниями одной бизнес-структуры.
17. Принципы проведения внутреннего сравнительного анализа между отделами компании
18. Сравнительный анализ: план действий.
19. Выбор компании-партнера для проведения внешнего сравнительного анализа.
20. Сбор данных о прогнозируемом партнере.
21. Соблюдение этических норм.
22. Установление контакта с компанией-партнером и ее первые посещения.
23. Статистический подход к оценке качества.
24. Группы контроля качества.
25. Необходимость использования TQM и бенчмаркинга в государственном секторе.
26. Особенности внедрения TQM и бенчмаркинга в государственном секторе.
27. Стратегии, которые обеспечивают успешное внедрение концепций TQM и бенчмаркинга.
28. Премия Деминга.
29. Премия Малкольма Болдриджа.
30. Российская премия качества.

12. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Бенчмаркетинг торгового предприятия [Электронный ресурс] : конспект лекций / Ю. М. Белявцев ; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики (ДНР), Государственная организация высшего профессионального образования "Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского" (ГО ВПО "ДонНУЭТ"); Факультет маркетинга, торговли и таможенного дела, кафедра маркетинга и торгового дела. - Донецк : ДонНУЭТ, 2021. - Локал. компьютер сеть НБ ДонНУЭТ. Режим доступа: <http://library.donnuet.ru>.

2. Бенчмаркинг : научно-методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине для студентов укрупненной группы 38.00.00 Экономика и управление, направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль Менеджмент организаций : образовательной программы высшего профессионального образования бакалавриата, очной и заочной форм обучения / Л.В. Балабанова, А. В. Костанда, И. Ю. Охрименко ; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики, Государственная организация высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», Кафедра маркетингового менеджмента. - Донецк : ДОННУЭТ, 2022. - 109 с. Режим доступа: <http://library.donnuet.ru>.

13. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценочные средства детализируются по видам работ в оценочных материалах по учебной дисциплине, которые утверждаются на заседании кафедры.

Система оценивания по учебной дисциплине по очной и очно-заочной формам обучения*

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- тестирование	5	15
- контрольная работа	3	9
- опрос	5	30
- задачи	3	24
- доклады	4	22
Промежуточная аттестация	<i>зачет</i>	<i>100</i>
Итого за семестр	<i>100</i>	

* в соответствии с утвержденными оценочными материалами по учебной дисциплине

14. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Максимальное количество баллов за текущий контроль и самостоятельную работу									Максимальная сумма баллов
Смысловой модуль № 1			Смысловой модуль № 2			Смысловой модуль № 3			Всего
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	
10	10	12	10	10	13	10	10	15	100

Примечание. T1, T2, ... T9 – номера тем соответствующих смысловых модулей

Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале	Определение
90-100	«Отлично» (5)	отлично – отличное выполнение с незначительным количеством неточностей

80-89	«Хорошо» (4)	хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 10 %)
75-79		хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 15 %)
70-74	«Удовлетворительно» (3)	удовлетворительно – неплохо, но со значительным количеством недостатков
60-69		удовлетворительно – выполнение удовлетворяет минимальные критерии
35-59	«Неудовлетворительно» (2)	неудовлетворительно – с возможностью повторной аттестации
0-34		неудовлетворительно – с обязательным повторным изучением дисциплины (выставляется комиссией)

Вопросы к зачету:

1. История возникновения понятия «бенчмаркинг».
2. Причины актуальности бенчмаркинга.
3. Дайте характеристику основной концепции бенчмаркинга.
4. Что включает понятие «tqm»?
5. Что включает процесс бенчмаркинга?
6. Назовите пять типов бенчмаркинга.
7. Дайте характеристику внутреннего бенчмаркинга.
8. Дайте характеристику внешнего конкурентного бенчмаркинга.
9. Дайте характеристику внешнего отраслевого бенчмаркинга.
10. Дайте характеристику внешнего межотраслевого бенчмаркинга.
11. Дать характеристику стратегического и организационного подхода к бенчмаркингу.
12. Дать характеристику внутренних источников получения информации при проведении бенчмаркинга.
13. Дать характеристику внешних источников получения информации при проведении бенчмаркинга.
14. Связь бенчмаркинга с бизнес-планом организации.
15. Структура управления процессом бенчмаркинга в организации, функции ее звеньев.
16. Методы анализа полученных данных при проведении бенчмаркинга организации.
17. Назовите этапы проведения бенчмаркинга в организации.
18. Дайте характеристику этапу «планирования процесса бенчмаркинга».
19. Дайте характеристику этапу «сбор и анализ внутренних данных».

20. Дайте характеристику этапу «сбор и анализ внешних данных».
21. Дайте характеристику этапу «лучшения качества работы объекта».
22. Дайте характеристику этапу «постоянное улучшение».
23. Что является целью проведения бенчмаркинга?
24. Назовите основные принципы бенчмаркинга.
25. Опишите процедуру сбора внешней первичной исследовательской информации.
26. Общая структура поддержки бенчмаркинга на предприятии.
27. Функциональные обязанности директора по бенчмаркингу предприятия.
28. Статистические подходы к оценке качества.
29. Необходимость соблюдения этических норм при проведении бенчмаркинга.
30. Особенности процессного подхода к управлению деятельностью предприятия.
31. Функциональные обязанности группы запуска бенчмаркинга на предприятии.
32. Основные критерии отбора компаний-кандидатов при проведении бенчмаркинга.
33. Эволюция подходов к управлению качеством на предприятии.
34. Дать характеристику внешних источников получения информации при проведении бенчмаркинга.

15.РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Бенчмаркетинг торгового предприятия [Электронный ресурс] : конспект лекций / Ю. М. Белявцев ; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики (ДНР), Государственная организация высшего профессионального образования "Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского" (ГО ВПО "ДонНУЭТ") ; Факультет маркетинга, торговли и таможенного дела, кафедра маркетинга и торгового дела. - Донецк : ДонНУЭТ, 2021. - Локал. компьютер сеть НБ ДонНУЭТ. Режим доступа: <http://library.donnuet.ru>.

2. Бенчмаркинг : научно-методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине для студентов укрупненной группы 38.00.00 Экономика и управление, направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль Менеджмент организаций : образовательной программы высшего профессионального образования бакалавриата, очной и заочной форм обучения / Л.В. Балабанова, А. В. Костанда, И. Ю. Охрименко ; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики, Государственная организация высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», Кафедра маркетингового менеджмента. - Донецк : ДОННУЭТ, 2022. - 109 с. Режим доступа: <http://library.donnuet.ru>.

Дополнительная

1. Костанда А.В. Бенчмаркинг [Электронный ресурс] : конспект лекций. - ГО ВПО «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского», 2021. Режим доступа: <http://library.donnuet.ru>.

2. Махнонос Д.В. Интернет-маркетинг (Интернет-маркетинг. Бенчмаркинг) [Электронный ресурс] : конспект лекций / Д. В. Махнонос ; Министерство образования и

науки Донецкой Народной Республики (ДНР), Государственная организация высшего профессионального образования "Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского" (ГО ВПО "ДонНУЭТ") ; Факультет маркетинга, торговли таможенного дела, кафедра маркетинга и торгового дела. - Донецк : ДонНУЭТ, 2021. - Локал. компьютер сеть НБ ДонНУЭТ. Режим доступа: <http://library.donnuet.ru>.

16. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Автоматизированная библиотечная информационная система Unilib UC : версия 2.110 // Научная библиотека Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – [Донецк, 2024]. – Текст : электронный.

2. Информо : электрон. справочник / ООО «РИНФИЦ». – Москва : Издат. дом «Информо», [2018]. – URL: <https://www.informio.ru> (дата обращения: 01.01.2024). – Текст : электронный.

3. IPR SMART : весь контент ЭБС IPR BOOKS : цифровой образоват. ресурс / ООО «Ай Пи Эр Медиа». – [Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2022]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru> (дата обращения: 01.01.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст. Аудио. Изображения : электронные.

4. Лань : электрон.-библ. система. – Санкт-Петербург : Лань, сор. 2011–2021. – URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения: 01.01.2024). – Текст : электронный. – Режим доступа: для авторизир. пользователей.

5. СЭБ : Консорциум сетевых электрон. б-к / Электрон.-библ. система «Лань» при поддержке Агентства стратег. инициатив. – Санкт-Петербург : Лань, сор. 2011–2021. – URL: <https://seb.e.lanbook.com/> (дата обращения: 01.01.2024). – Режим доступа : для пользователей организаций – участников, подписчиков ЭБС «Лань».

6. Polpred : электрон. библ. система : деловые статьи и интернет-сервисы / ООО «Полпред Справочники». – Москва : Полпред Справочники, сор. 1997–2022. – URL: <https://polpred.com> (дата обращения: 01.01.2024). – Текст : электронный.

7. Book on lime : дистанц. образование / изд-во КДУ МГУ им. М.В. Ломоносова. – Москва : КДУ, сор. 2017. – URL: <https://bookonline.ru> (дата обращения: 01.01.2024) – Текст . Изображение. Устная речь : электронные.

8. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU : информ.-аналит. портал / ООО Научная электронная библиотека. – Москва : ООО Науч. электрон. б-ка, сор. 2000–2022. – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.01.2024). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

9. CYBERLENINKA : науч. электрон. б-ка «КиберЛенинка» / [Е. Кисляк, Д. Семячкин, М. Сергеев ; ООО «Итеос»]. – Москва : КиберЛенинка, 2012– . – URL: <http://cyberleninka.ru> (дата обращения: 01.01.2024). – Текст : электронный.

10. Национальная электронная библиотека : НЭБ : федер. гос. информ. система / М-во культуры Рос. Федерации [и др.]. – Москва : Рос. гос. б-ка : ООО ЭЛАР, [2008]. – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.01.2024) – Текст. Изображение : электронные.

11. Научно-информационный библиотечный центр имени академика

12. Л.И. Абалкина / Рос. экон. ун-т им. В.Г. Плеханова. – Москва : KnowledgeTree Inc., 2008– . – URL: <http://liber.gea.ru/login.php> (дата обращения: 01.01.2024). – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.

13. Библиотечно-информационный комплекс / Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – Москва : Финансовый университет, 2019– . – URL: <http://library.fa.ru/> (дата обращения: 01.01.2024) – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.

14. Университетская библиотека онлайн : электрон. библ. система. – ООО «Директ-Медиа», 2006 . – URL: <https://biblioclub.ru/> (дата обращения: 01.01.2024) – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.

15. Электронный каталог Научной библиотеки Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – Донецк : НБ ДОННУЭТ, 1999.–URL: <http://catalog.donnuet.ru> (дата обращения: 01.01.2024). – Текст : электронный.

17. МАТЕРИАЛЬНО- ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины используются мультимедийные средства (проектор, ноутбук), наборы кинофильмов, стендами, структурно-логическими схемами и мультимедийные презентации. Кабинеты кафедры маркетинга и торгового дела. Стенды, структурно-логические схемы, приборы, образцы.

18. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ФИО педагогического (научно-педагогического) работника, участвующего в реализации образовательной программы	Условия привлечения (по основному месту работы, на условиях внутреннего/ внешнего совместительства; на условиях договора гражданско-правового характера (далее – договор ГПХ)	Должность, ученая степень, ученое звание	Уровень образования, наименование специальности, направления подготовки, наименование присвоенной квалификации	Сведения о дополнительном профессиональном образовании*
Сошенко Инна Викторовна	На условиях внутреннего совместительства	Должность - доцент кафедры маркетинга и торгового дела ученая степень - кандидат экономических наук, ученое звание отсутствует	Высшее, менеджмент организаций и администрирование, менеджер, диплом кандидата экономических наук КА № 000445	1. Сертификат о повышении квалификации № 0045/20 от 09.10.2020 г., «Комплексное сопровождение образовательного процесса обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья», 36ч., Государственная организация высшего профессионального образования «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского», Школа педагогического мастерства. 2. Сертификат о повышении квалификации № 0050/20 от 20.11.2020 г. по программе «Особенности организации охраны труда и безопасности жизнедеятельности в образовательных организациях высшего профессионального

			<p>образования», 36 ч., Государственная организация высшего профессионального образования «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского», Школа педагогического мастерства.</p> <p>3. Удостоверение о повышении квалификации 771802829918 от 27.05.2022 г. по программе «Цифровая трансформация управления», 16 ч., Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», г. Москва.</p> <p>4. Удостоверение о повышении квалификации №612400027932 от 01.10.2022 г. по программе «Актуальные вопросы преподавания в образовательных учреждениях высшего образования: нормативно-правовое, психолого-педагогическое и методическое сопровождение», 24 ч. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донской государственный технический университет», г. Ростов-на-Дону.</p> <p>5. Сертификат о повышении квалификации №С-2024-00031 от 29.02.2024 г. по программе «Интеллектуальная собственность в цифровой экономике: от заявки до внедрения» 24 ч. Федеральная служба по интеллектуальной собственности (РОСПАТЕНТ), Федеральное государственное бюджетное учреждение «Федеральный институт промышленной собственности», г. Москва.</p>
--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.02.01 БЕНЧМАРКИНГ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело

Профиль: -

Трудоемкость учебной дисциплины: 2 з.е.

Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине:

знать: понятие бенчмаркинга; этапы развития концепции бенчмаркинга; этапы внедрения процессного подхода на предприятии; принципы бенчмаркинга и причины его активизации; правила создания новых маркетинговых проектов; технологии расчета риска от внедрения бенчмаркинговых проектов.

уметь: проводить бенчмаркинговые исследование; разрабатывать бенчмаркинговые планы; внедрять бенчмаркинг в деятельность современных предприятий.

владеть: культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении операционной деятельностью предприятий; способностью анализировать экономическую среду предприятия; анализировать поведение конкурентов.

В результате освоения изучения учебной дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции** и **индикаторы их достижения**:

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
ПК-1 Способность осуществлять предварительный сбор данных о потребностях, ценах на товары, работы, услуги	ИДК-1 _{ПК-1} Знать требования действующего законодательства и нормативных правовых актов, основы бухгалтерского учета, особенности ценообразования на рынке (по направлениям)
	ИДК-2 _{ПК-1} Уметь обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; обрабатывать, формировать и хранить данные, информацию, документы, в том числе полученные от поставщиков
	ИДК-3 _{ПК-1} Владеть методами определения и обоснования начальных максимальных цен контракта, основами информатики в части применения к закупкам; этикой делового общения и правила ведения переговоров

Наименование смысловых модулей и тем учебной дисциплины:

Смысловой модуль 1. Аналитический

Тема 1. Исторические предпосылки и пути развития бенчмаркинга.

Тема 2. Понятие и виды современного бенчмаркинга.

Тема 3. Основных принципа бенчмаркинга.

Смысловой модуль 2 Организационный

Тема 4. Планирования бенчмаркингвого проекта в организации.

Тема 5. Внутренний сравнительный анализ при проведении бенчмаркинга.

Тема 6. Внешний сравнительный анализ при проведении бенчмаркинга.

Смысловой модуль 3. Контроль и элиминирование

Тема 7. Бенчмаркинг как процесс постоянного повышения качества.

Тема 8. TQM и бенчмаркинг в государственном секторе экономики.

Тема 9. Премии в области качества и их роль в бенчмаркингвом проекте.

Форма промежуточной аттестации: зачет
(зачет, зачет с оценкой, экзамен)

Разработчик:

Сошенко И.В., канд. экон. наук, доцент
(ФИО, ученая степень, ученое звание)


(подпись)

Заведующий кафедрой маркетинга и
торгового дела

Рвачёва И.М., канд. экон. наук, доцент
(ФИО, ученая степень, ученое звание)


(подпись)

