

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна

Должность: Проректор по учебно-методической работе

Дата подписания: 02.03.2025 17:58:51

Уникальный программный ключ:

b066544bae1e449cd8bfce9217124a7ca21b2

**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

(подпись)

« 28 »

2024 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б.1. В.ДВ.03.01 БЕНЧМАРКИНГ**

Укрупненная группа направлений подготовки 38.00.00 «Экономика и управление»

Программа высшего образования – программа бакалавриата

Направление подготовки 38.03.01 «Экономика»

Профиль: «Маркетинг»

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**

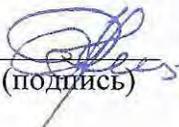
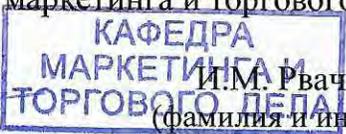
Рабочая программа учебной дисциплины «Бенчмаркинг» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, профиль Маркетинг, разработанная в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»:

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

Разработчик (-ки): Ольмезова Н.А., д.э.н., доцент

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
(фамилия и инициалы)

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета маркетинга и торгового дела


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

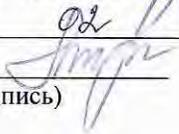
Дата «27» 02 2024 года



ОДОБРЕНО

Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»

Протокол от «28» 02 2024 года № 4

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

© Ольмезова Н.А. 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 (дисциплина по выбору)	
	Направление подготовки 38.03.01 Экономика		
Модулей – 1	Профиль: Маркетинг	Год подготовки	
Смысловых модулей – 3		4-й	5-й
Общее количество часов – 72		Семестр	
		8-й	10-й
Количество часов в неделю для очной формы обучения: аудиторных – 1,22; самостоятельной работы обучающегося – 2,73	Программа высшего образования – программа бакалавриата	Практические, семинарские занятия	
		10 час.	10 час.
		Лабораторные занятия	
		0 час.	0 час.
		Самостоятельная работа	
		49,15 час.	48,55 час.
		Индивидуальные задания*:	
		3ТМК	СРС
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 – 22/49,15

для заочной формы обучения – 22/48,55

2. ЦЕЛЬ 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; изучить основные принципы бенчмаркинга и причины его актуальности; владеть правилами проведения бенчмаркинговых проектов; владеть технологией расчета рисков от внедрения бенчмаркинговых проектов; уметь планировать бенчмаркинговые исследования; уметь провести сбор первичной и вторичной информации для нужд бенчмаркингового проекта, применяя маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга.

3. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Учебная дисциплина Б.1.В.ДВ.03.01 Бенчмаркинг относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплина по выбору) ОПОП ВО направления подготовки 38.03.01 Экономика профиль Маркетинг.

Для освоения дисциплины обучающимся требуется подготовка в объеме, соответствующем успешному прохождению курсов: «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 к подготовке и проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ИДК-1 _{ПК1} Знать нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность; методы проведения маркетингового исследования; психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях ИДК-2 _{ПК1} Уметь систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации; проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; создавать отчеты по результатам маркетингового исследования ИДК-3 _{ПК1} Владеть навыками подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования; планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации; формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации

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. Планирование 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 обучения						очно-заочная форма обучения					
	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. Бенчмаркинг												
Смысловой модуль 1. Аналитический												
Тема 1. Исторические предпосылки и пути развития бенчмаркинга.	6	1	0,5			5	6	1	0,5			5
Тема 2. Понятие и виды современного бенчмаркинга.	7	1	0,5			5	7	1	0,5			5
Тема 3. Основных принципа бенчмаркинга.	9	2	1			6	9	2	1			6
Итого по смысловому модулю 1	22	4	2			16	22	4	2			16
Смысловой модуль 2. Организационный												
Тема 4. Планирования бенчмаркингвого проекта в организации.	9	2	1			6	9	2	1			6
Тема 5. Внутренний сравнительный анализ при проведении бенчмаркинга.	7	-	1			6	7	-	1			6
Тема 6. Внешний сравнительный анализ при проведении бенчмаркинга.	8,15	2	2			4,15	8,55	2	2			4,55
Итого по смысловому модулю 2	24,15	4	4			16,15	24,55	4	4			16,55
Смысловой модуль 3. Контроль и элиминирование												
Тема 7. Бенчмаркинг как процесс постоянного повышения качества.	7	1	1			5	7	1	1			5
Тема 8. TQM и бенчмаркинг в государственном	8	1	1			6	7	1	1			5

секторе экономики.												
Тема 9. Премии в области качества и их роль в бенчмаркинговом проекте.	10	2	2			6	10	2	2			6
Итого по смысловому модулю 3	25	4	4			17	24	4	4			16
Всего по смысловым модулям	71,15	12	10			49,15	70,55	12	10			48,55
Катт	0,6						1,2					
СРэк	-						-					
ИК	-						-					
КЭ	-						-					
Каттэк	0,25						0,25					
Контроль	-						-					
Всего часов	72	12	10	-		49,15	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

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	очно-заочная форма
1	Исторические предпосылки и пути развития бенчмаркинга.	0,5	0,5
2	Понятие и виды современного бенчмаркинга.	0,5	0,5
3	Основных принципа бенчмаркинга	1	1
4	Планирования бенчмаркингового проекта в организации.	1	1
5	Внутренний сравнительный анализ при проведении бенчмаркинга.	1	1
6	Внешний сравнительный анализ при проведении бенчмаркинга.	2	2
7	Бенчмаркинг как процесс постоянного повышения качества.	1	1
8	TQM и бенчмаркинг в государственном секторе экономики.	1	1
9	Премии в области качества и их роль в бенчмаркинговом проекте	2	2
Всего:		10	10

8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	очно-заочная форма
Не предусмотрено учебным планом			

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	очно-заочная форма
1	Исторические предпосылки и пути развития бенчмаркинга.	5	5
2	Понятие и виды современного бенчмаркинга.	5	5
3	Основных принципа бенчмаркинга	6	6
4	Планирования бенчмаркингвого проекта в организации.	6	6
5	Внутренний сравнительный анализ при проведении бенчмаркинга.	6	6
6	Внешний сравнительный анализ при проведении бенчмаркинга.	4,15	4,55
7	Бенчмаркинг как процесс постоянного повышения качества.	5	5
8	TQM и бенчмаркинг в государственном секторе экономики.	6	5
9	Премии в области качества и их роль в бенчмаркингвом проекте	6	6
Всего:		49,15	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;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
- 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, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- экзамен проводится 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 со специализированным программным обеспечением;
- экзамен проводится 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.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

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;
 - в форме аудиофайла.
- 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;
 - в форме аудиофайла.

11. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

Вопросы к аудиторным письменным работам и текущего модульного контроля

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 предсказуемом 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. 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>.

2. Белявцев Ю.М. 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>.

13. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Система оценивания по учебной дисциплине по очной форме обучения*

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- дискуссия, собеседование (устный опрос) (темы 1, 8)	5	10
- реферат (темы 2,7)	10	20
- доклад (тема 1,5)	5	10
- разноуровневые задачи и задания (темы 4, 5, 8)	10	30
- текущий модульный контроль (тест) (темы 3,6,9)	10	30
Промежуточная аттестация	<i>зачет</i>	<i>100</i>
Итого за семестр	<i>100</i>	

* в соответствии с утвержденными оценочными материалами по учебной дисциплине

Система оценивания по учебной дисциплине на очно-заочной форме обучения

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- дискуссия, собеседование (устный опрос) (темы 1, 8)	5	10
- реферат (темы 2,7)	10	20
- доклад (тема 1,5)	5	10
- разноуровневые задачи и задания (темы 4, 5, 8)	10	30
- текущий модульный контроль (тест) (темы 3,6,9)	10	30
Промежуточная аттестация	<i>зачет</i>	<i>100</i>
Итого за семестр	<i>100</i>	

Перечень вопросов 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 "улучшения 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.
35. Необходимость применения реинжиниринга бизнес процессов. Цели, общие подходы, преимущества и недостатки.
36. Какие, по вашему мнению, основные сложности внедрения бенчмаркинга на отечественных предприятиях.
37. Условия (предпосылки) успешной реализации бенчмаркинг-проекта на предприятии.
38. Премии за качество, их роль в популяризации бенчмаркинга.

14. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Текущее тестирование и самостоятельная работа, балл									Сумма, балл
Смысловый модуль № 1			Смысловый модуль № 2			Смысловый модуль № 3			
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	100
10	10	10	10	15	10	10	15	10	

Примечание. T1, T2, ... T10 – 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)

15. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Чернопьятов, А. М. Бенчмаркинг : учебное пособие / А. М. Чернопьятов. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 152 с. — ISBN 978-5-4497-1859-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/127566.html>
2. Кейсы для стратегического бенчмаркинга : учебное пособие / сост. В.В. Ананишнев, Д.А. Станко, Ю.А. Башкова [и др.]; ред. В. В. Ананишнев. - Москва : Москластер, 2022. - 74 с. - ISBN: 978-5-6042002-9-2. - Учебное пособие из Интернета: <https://eLibrary.ru>. – Режим доступа: Локальная сеть НБ ДОННУЭТ. – Текст : электронный.

Дополнительная:

1. Попазова, О.А. HR-аналитика и бенчмаркинг : учебное пособие / О.А. Попазова, К.А. Прозоровская; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Санкт-Петербургский государственный университет, Кафедра социологии и управления персоналом. - Санкт-Петербург : Издательство СПбГЭУ, 2021. - 89 с. - ISBN: 978-5-7310-5258-0. - Учебное пособие из Интернета: <https://eLibrary.ru>. – Режим доступа: Локальная сеть НБ ДОННУЭТ. – Текст : электронный.

2. Бенчмаркинг : учебное пособие / сост. И.В. Логинова; Ульянов. гос. техн. ун-т. – Ульяновск : УлГТУ, 2021 – 156 с. - ISBN 978-5-9795-2107-7. - Учебное пособие из Интернета: <https://eLibrary.ru>. – Режим доступа: Локальная сеть НБ ДОННУЭТ. – Текст : электронный.

3. Охрименко, И.Ю. Бенчмаркинг : конспект лекций по дисциплине для студентов очной и заочной форм обучения, направления подготовки 38.03.02 Менеджмент / И. Ю. Охрименко; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского ; Институт экономики и управления, Кафедра маркетингового менеджмента. - Донецк : ДонНУЭТ, 2020. – 65 с. - URL: <http://catalog.donnuet.ru/>. – Режим доступа: Электронная библиотека ДОННУЭТ. – Текст : электронный.

4. Махноносков, Д.В. Интернет-маркетинг (Интернет-маркетинг. Бенчмаркинг) : конспект лекций / Д. В. Махноносков; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского; Факультет маркетинга, торговли таможенного дела, кафедра маркетинга и торгового дела. - Донецк : ДОННУЭТ, 2021. – 172 с. – URL: <http://catalog.donnuet.ru/>. – Режим доступа: Электронная библиотека ДОННУЭТ. – Текст : электронный.

5. Балабанова Л.В. Бенчмаркинг: научно-методические рекомендации по организации самостоятельной работы и изучению дисциплины для студентов укрупненной группы 38.00.00 Экономика и управление направления подготовки 38.03.02 Менеджмент образовательной программы высшего профессионального образования бакалавриата очн., заочн. формы обучения / Л.В. Балабанова, А.В. Костанда, И.Ю. Охрименко; М-во образования и науки Донец. Народ. Респ., Гос. орг. высш. проф. образования «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», каф. маркетинг. менедж. – Донецк : ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2022. – 109с. - Режим доступа: Электронная библиотека ДОННУЭТ. – Текст : электронный.

1. Костанда А.В. Бенчмаркинг [Электронный ресурс] : конспект лекций. - ГО ВПО «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского», 2020. Режим доступа: <http://library.donnuet.education>.

2. Костанда А.В. Бенчмаркинг [Электронный ресурс] : средства диагностики по дисциплин. - ГО ВПО «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского, Каф. Маркет.мен. — Донецк : [ДонНУЭТ], 2020.

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, 2021–]. – 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://bookonlime.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.rea.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. библиот. 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.education> (дата обращения: 01.01.2024). – Текст : электронный.

17. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины используется:

- лекционные аудитории учебных корпусов ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ», аудитории для проведения семинарских занятий;
- мультимедийные средства: проектор, ноутбук;
- наборы слайдов.

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*

<p>Ольмезова Надежда Александровна</p>	<p>На условиях внутреннего совместительства</p>	<p>Должность - профессор, доктор экономических наук, ученое звание отсутствует</p>	<p>Высшее, специальность: «Товароведение и экспертиза в таможенном деле», товаровед-эксперт, диплом доктора экономических наук ДА № 000134</p>	<p>1. Удостоверение №600000449449 от 10.11.2018 г., «Актуальные вопросы государственного регулирования цен (тарифов) и ценообразования на предприятиях», 32 часа, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Москва.</p> <p>2. Сертификат о повышении квалификации №0094/20овз, от 09.10.2020г., 36 часов, «Комплексное сопровождение образовательного процесса обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья», Государственная организация высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», Школа педагогического мастерства.</p> <p>3. Сертификат о повышении квалификации №0102/20от, от 20.11.2020г., «Особенности организации охраны труда и безопасности жизнедеятельности в образовательных организациях высшего профессионального образования», 36 часов, Государственная организация высшего профессионального образования «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского», Школа педагогического мастерства.</p> <p>4. Удостоверение о повышении квалификации №1216 от 27.11.2021 г. по программе «Цифровые технологии в учебном процессе при преподавании экономических дисциплин», 18 ч. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Брянский государственный инженерно-технологический университет», г. Брянск.</p> <p>5. Удостоверение о повышении квалификации №612400027855 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>
--	---	--	--	--

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.03.01 БЕНЧМАРКИНГ

Направление подготовки 38.03.01 Экономика

Профиль: Маркетинг

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 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.

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 к подготовке и проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ИДК-1 _{ПК1} Знать нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность; методы проведения маркетингового исследования; психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях
	ИДК-2 _{ПК1} Уметь систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации; проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; создавать отчеты по результатам маркетингового исследования
	ИДК-3 _{ПК1} Владеть навыками подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования; планирования и организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации; формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации

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 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.

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

Разработчик:

Ольмезова Н.А., д-р. экон. наук.
(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)