

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 25.02.2025 14:53:44
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e448cd8bfc392f7274a676a371b2

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 маркетингового менеджмента



Заведующий кафедрой
Балабанова Л.В.

« 19 » 02 2024 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по учебной дисциплине

Б1.В.1.12 БЕНЧМАРКИНГ

38.03.02 «Менеджмент»

(код и наименование направления подготовки)

Менеджмент организаций, Логистика

(наименование профиля)

Разработчик:

доцент

Анциферова Е.А.

(подпись)

Оценочные материалы рассмотрены и утверждены на заседании кафедры
от «19» 02 2024 г., протокол № 13

Донецк 2024 г.

**Паспорт
оценочных материалов по учебной дисциплине
Б1.В.1.12 Бенчмаркинг**

Перечень компетенций, формируемых в результате освоения учебной дисциплины

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины, практики	Этапы формирования (семестр изучения)
1	ПК-2	Способен анализировать существующие формы организации и процессы управления, разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию	Тема 1. Актуальность, предмет, задачи и содержание учебной дисциплины "Бенчмаркинг" Тема 2. Сущность бенчмаркинга и история его развития Тема 3. Особенности бенчмаркинга Тема 4. Информационное обеспечение бенчмаркинга Тема 5. Процесс бенчмаркинга Тема 6. Конкурентный бенчмаркинг Тема 7. Бенчмаркинг лояльности клиентов Тема 8. Функциональный бенчмаркинг Тема 9. Стратегический бенчмаркинг	5

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины, практики	Наименование оценочного средства
1	ПК-2. Способен анализировать существующие формы организации и процессы управления, разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию	ИДК-1ПК-2 Анализирует и оценивает бизнес-процессы с целью внедрения инноваций и проведения организационных изменений, направленных на повышение эффективности управления ИДК-2 ПК-2 Анализирует и оценивает технологию и результативность процессов управления, формирует ключевые показатели эффективности для сбалансированного управления деятельностью организации	Тема 1. Актуальность, предмет, задачи и содержание учебной дисциплины "Бенчмаркинг" Тема 2. Сущность бенчмаркинга и история его развития Тема 3. Особенности бенчмаркинга Тема 4. Информационное обеспечение бенчмаркинга Тема 5. Процесс бенчмаркинга Тема 6. Конкурентный бенчмаркинг Тема 7. Бенчмаркинг лояльности клиентов Тема 8. Функциональный бенчмаркинг Тема 9. Стратегический бенчмаркинг	Вопросы для собеседования (устного опроса), разноуровневые задачи и ситуационные задания, тестовые задания, задания для внеаудиторной самостоятельной работы

Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Собеседование (устный опрос)»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых нормативно-правовых актов. Соблюдаются нормы литературной речи (количество правильных ответов > 90%)
3-4	Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Базовые нормативно-правовые акты используются, но в недостаточном объеме. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются нормы литературной речи (количество правильных ответов >70%)
1-2	Допускаются нарушения в последовательности изложения. Имеются упоминания об отдельных базовых нормативно-правовых актах. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения норм литературной речи (количество правильных ответов >50%)
0	Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения норм литературной речи (количество правильных ответов <50%)

Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Тест»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
1	Тестовые задания выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 75-100% вопросов)
0,5	Тестовые задания выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% вопросов)
0	Тестовые задания выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем 50% вопросов)

Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу Кейс-задача

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
5	Задание выполнено на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% вопросов)
3-4	Задание выполнено на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89%)

	вопросов)
1-2	Задание выполнено на низком уровне (правильные ответы даны на 60-74% вопросов)
0	Задание выполнено на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем 0-59% вопросов)

Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Контрольная работа (для студентов заочной формы обучения)»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
31-37	Задание выполнено на высоком уровне (даны правильные ответы на 90-100% вопросов/задач)
21-30	Задание выполнено на среднем уровне (даны правильные ответы на 75-89% вопросов/задач)
11-20	Задание выполнено на низком уровне (даны правильные ответы на 60-74% вопросов/задач)
0-10	Задание выполнено на неудовлетворительном уровне (даны правильные ответы на 0-59% вопросов/задач)

Перечень оценочных материалов

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	2	3	4
1	Собеседование (устный опрос)	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой учебной дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по учебной дисциплине или определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам учебной дисциплины
2	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задания для решения кейс-задачи
3	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
4	Контрольная работа (для студентов заочной формы обучения)	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме, разделу или учебной дисциплине.	Комплект контрольных заданий по вариантам

Система оценивания по учебной дисциплине, изучаемой в очной форме обучения

Форма контроля	Максимальное количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- Собеседование (устный опрос) (темы №1-9)	5	45
- Кейс-задача (темы №4-9)	5	30
- тест (темы №1-9)	1	10
- текущий модульный контроль	5	15
Промежуточная аттестация	Зачет с оценкой	100
Итого за семестр	100	

Примеры типовых контрольных заданий

- 1) по оценочному материалу «Собеседование (устный опрос)»
 1. Бенчмаркинг- это
 2. Этапы развития бенчмаркинга
 3. 5 поколений бенчмаркинга
 4. Цели бенчмаркинга

- 2) по оценочному материалу «Тест»
 1. Повышение эффективности функционирования бизнеса, в основном за счет содействия принятию обоснованных рациональных решений как на стратегическом, так и на тактическом уровне – это:
 - a. цель конкурентной разведки;
 - b. задача конкурентной разведки;
 - c. функция конкурентной разведки;
 - d. предмет конкурентной разведки.

 2. Конкурентная разведка способствует и чаще всего используется для:
 - a. опережения конкурентов на конкурсах, смотрах и тендерах, оценки потенциальных рисков и наиболее вероятных благоприятных возможностей при инвестициях, капиталовложениях;
 - b. получения наибольших выгод от слияний и поглощений;
 - c. опережения или значительного снижения эффективности маркетинговых кампаний конкурентов при помощи продуманных превентивных мер, разработанных на основе данных конкурентной разведки, получения наибольших выгод от слияний и поглощений;
 - d. Ваш вариант.

 3. На какой ступени конкурентной разведки проводится анализ, обработка и оценка найденной информации?
 - a. на первой;
 - b. на второй;
 - c. на третьей;
 - d. на четвертой.

 4. Все, как правило, начинается с появления в компании библиотеки, компьютера и продвинутого специалиста с творческим мышлением и незаурядными способностями в области экономики, программирования и высоким уровнем общего образования при:
 - a. «вертикально ориентированном» подходе;
 - b. «эволюционном» подходе;

- c. подходе «энтузиастов»;
 - d. Ваш вариант.
5. Наиболее ярким и известным примером какого подхода стало образование службы конкурентной разведки в компании Motorola, топ-менеджер которой Роберт Гэлвин не без помощи своего друга (бывшего сотрудника ЦРУ) Йена Хэрринга занимался созданием подразделения конкурентной разведки в компании?
- a. «вертикально ориентированного» подхода;
 - b. «эволюционного» подхода;
 - c. подхода «энтузиастов»;
 - d. Ваш вариант.
6. Служба конкурентной разведки осуществляет свою деятельность для бенчмаркинга в двух режимах:
- a. выявление благоприятных и вероятных для предпринимательства возможностей;
 - b. нахождение тех параметров и критериев деятельности, по которым конкуренты обходят вашу компанию;
 - c. найти, кто лучше, чем ваши конкуренты, по тем же позициям;
 - d. Ваш вариант.
7. Сущность промышленного шпионажа заключается в том, чтобы:
- a. догнать конкурента, занимающего лидирующее положение, в максимально сжатые сроки, сэкономив при этом значительные средства;
 - b. не допустить в будущем отставания от конкурента, используя разработанную им секретную новую перспективную технологию;
 - c. выйти на новые для предприятия рынки;
 - d. Ваш вариант.
8. К основным инструментам промышленного шпионажа относятся:
- a. подкуп, шантаж, кража, диверсия;
 - b. тайное незаконное проникновение на территорию предприятия конкурента, хищение информации;
 - c. тайное незаконное проникновение на территорию предприятия конкурента, конкурентная разведка;
 - d. Ваш вариант.
9. Вредительские действия, совершаемые с целью временного или постоянного вывода из строя образцов продукции, людей или подразделений конкурента – это:
- a. подкуп;
 - b. шантаж;
 - c. диверсия;
 - d. кража.
10. Каковы негативные последствия использования промышленного шпионажа?
- a. потеря партнеров;
 - b. потеря репутации и доверия потребителя;
 - c. уголовная ответственность;
 - d. Ваш вариант.

3) по оценочному материалу «Контрольная работа»

1. Понятие и задачи стратегического бенчмаркинга.
2. Сущность бенчмаркинга.
3. Ситуация:

PEOPLEnet - национальный провайдер телекоммуникационных услуг, в том числе - скоростного мобильного Интернета (со скоростью до 3,1 Мбит/сек).

PEOPLEnet стал первым 3G оператором, начав строительство сети скоростного мобильного Интернета в 2016 году. Использует современную технологию 3G 1x EV-DO Revision A для предоставления высокоэффективных услуг скоростного доступа в Сеть, которая успешно работает в таких странах, как Япония, Австралия, Южная Корея.

На сегодня PEOPLEnet обладает сетью 3G с самым широким покрытием. Услугами провайдера могут воспользоваться жители большинства крупных городов страны.

Кроме подключения к скоростному Интернету PEOPLEnet предлагает передовые голосовые услуги мобильной и фиксированной связи, в частности, услугу "2 в 1" (мобильный и фиксированный номера в одном телефоне).

Владелец торговой марки PEOPLEnet - ООО "Телесистемы".

Компания предоставляет телекоммуникационные и мультимедийные услуги на основе собственной цифровой сети.

С 1996 года работает в качестве оператора фиксированной связи.

Имеет лицензию на стандарт CDMA в диапазоне 800 МГц сроком до 2021 года. Абонентская база оператора составляет порядка 224 тыс. номеров.

Задание:

- 1) Обоснуйте необходимость проведения бенчмаркинга в компании.
- 2) Сформулируйте цели бенчмаркинга.
- 3) Определите ключевые конкурентные преимущества компании.

4) По оценочному средству «Кейс-задача»

Разработать должностную инструкцию специалиста по бенчмаркингу с учетом целей и задач бенчмаркинга.

Оценочные материалы по дисциплине «Бенчмаркинг» разработаны в соответствии с ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент и рабочей программы учебной дисциплины «Бенчмаркинг».

Логика построения рабочей программы дисциплины «Бенчмаркинг» ориентирована на формирование знаний основных положений экономической теории, экономики, предпринимательства; умение анализировать и обосновывать взаимосвязь основных экономических понятий и категорий, обобщать и систематизировать информацию; владение специальной терминологией.

Структура дисциплины «Бенчмаркинг» представлена тремя смысловыми модулями. Смысловой модуль 1. Теоретические основы бенчмаркинга; Смысловой модуль 2. Организация, программирование и контроль бенчмаркинга; Смысловой модуль 3. Виды бенчмаркинга.

При изучении учебной дисциплины в течение семестра обучающийся может набрать максимально 100 баллов.

Система оценивания всех видов работ по учебной дисциплине «Управление лояльностью потребителей» приведена в таблице.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Максимальное количество баллов за текущий контроль и самостоятельную работу									Максимальная сумма баллов
Смысловый модуль № 1			Смысловый модуль № 2		Смысловый модуль № 3				
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	100
6	6	11	11	16	11	11	11	16	

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

Оценивание академической успеваемости

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	Зачтено/не зачтено
60-100	Зачтено
0-59	Не зачтено

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры, на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения.	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой