

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.В.ДВ.10.02 БЕНЧМАРКИНГ

Название кафедры «Кафедра экономики и управления на предприятии»

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - формирование у студентов представлений о способах повышения конкурентоспособности фирмы за счет эффективных коммуникаций, освоение ими основных методов, приемов и проблем использования бенчмаркинга и разработки бенчмаркинговых мероприятий.

Задачи дисциплины:

- обобщение способов оценки конкурентных преимуществ и методов разработки конкурентных стратегий;
- рассмотрение методов анализа конкурентной позиции фирмы;
- освоение принципов и методов бенчмаркинга;
- рассмотрение истории развития и анализ перспектив бенчмаркинга;
- изучение этапов процесса бенчмаркинга;
- освоение методов выбора объекта бенчмаркинга и организация его проведения;
- освоение возможностей использования бенчмаркинга при формировании идентичности бренда.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Учебная дисциплина «Бенчмаркинг» является одной из дисциплин по выбору в системе подготовки бакалавра по направлению 38.03.02 – Менеджмент, профилей «Логистика и управление цепями поставок», «Финансовый менеджмент», «Управление малым бизнесом», «Маркетинг». Студенты очной формы обучения изучают дисциплину в 5 семестре (первый семестр третьего года обучения). Изучение дисциплины базируется на знании таких дисциплин как: «Маркетинг», «Управление качеством», «Коммуникационный менеджмент». Дисциплина является предшествующей для следующих дисциплин: «Стратегический менеджмент», «Антикризисное управление».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Освоение данной дисциплины является одним из этапов формирования у студентов следующих компетенций:

- владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (ПК-3);
- способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5);

- умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления) (ПК-12).

В результате изучения учебной дисциплины «Бенчмаркинг» студент должен:

Знать:

- способы оценки конкурентоспособности товара;
- методы анализа конкурентоспособности компании;
- особенности применения функционального бенчмаркинга и бенчмаркинга процессов;
- основные подходы к анализу бизнес-процессов в организациях партнерах по бенчмаркингу с учетом взаимосвязи между функциональными подразделениями внутри этих организаций;
- подходы к поиску партнеров по бенчмаркингу;
- основные методы сбора бенчмаркинговой информации в организациях партнерах.

Уметь:

- определить интегральный показатель конкурентоспособности товара;
- использовать возможности бенчмаркинга при формировании идентичности бренда;
- учитывать взаимосвязи между функциональными подразделениями компании при бенчмаркинге бизнес-процессов;
- анализировать бизнес-процессы в организациях, работающих в других отраслях в рамках функционального бенчмаркинга;
- участвовать в формировании функциональных бенчмаркинговых сетей и ассоциаций;
- разрабатывать коммуникативную стратегию бренда.

Владеть:

- навыками сравнительного анализа конкурентоспособности товаров и услуг;
- навыками анализа конкурентоспособности и конкурентных преимуществ компании;
- навыками сравнительного анализа работы одинаковых функций в компаниях различных отраслей;
- навыками принятия сбалансированных управленческих решений при проведении функционального бенчмаркинга;
- навыками использования основных видов коммуникаций при продвижении бренда;
- навыками создания бенчмаркинговой команды.

4. Общий объём дисциплины: 3 з.е. (108 час.)

5. Дополнительная информация:

-выполнение курсовой работы / проекта, контрольной работы, эссе и т.д.

По дисциплине предусмотрено выполнение двух контрольных работ.

- материально-техническое и программное обеспечение дисциплины и т.д.

Минимально необходимым оборудованием лекционной аудитории являются письменные столы, стулья, доска, мел.

Для проведения 20% практических занятий по дисциплине необходимо наличие персональных компьютеров, или терминалов, имеющих выход в интернет и оснащенных программным обеспечением, включающим электронные таблицы.

Конспект лекций может быть предоставлен студентам до начала чтения курса в электронном виде на носителе, либо размещен на специальных интернет – ресурсах. Основная и дополнительная литература по дисциплине предоставляется студенческой библиотекой. Материалы для практического занятия выдаются студентам в печатном виде в начале занятия.

6. Виды и формы промежуточной аттестации

Формой промежуточной аттестации по дисциплине является зачет.