

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.ДВ.10.02 БЕНЧМАРКЕТИНГ

Название кафедры «Экономики и управления на предприятии»

1. Цель и задачи дисциплины

Цель курса – 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 Б1.В.ДВ.10.02 «Бенчмаркинг» является одной из дисциплин по выбору студента 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

3.1. Перечень осваиваемых компетенций

В соответствии с требованиями ФГОС ВО (утв. приказом Минобрнауки России от 12.01.2016 № 7) по направлению подготовки 38.03.02 – Менеджмент процесс изучения дисциплины направлен на формирование 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).

3.2. Планируемые результаты обучения дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Для компетенции «ПК–3 владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности»:

В результате изучения дисциплины при освоении компетенции студент должен:
Знать:
- способы оценки конкурентоспособности товара
- методы анализа конкурентоспособности компании
Уметь:
- определить интегральный показатель конкурентоспособности товара
- использовать возможности бенчмаркинга при формировании идентичности бренда
Владеть:
- навыками сравнительного анализа конкурентоспособности товаров и услуг
- навыками анализа конкурентоспособности и конкурентных преимуществ компании

Для компетенции «ПК–5 способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений»:

В результате изучения дисциплины при освоении компетенции студент должен:
Знать:
- 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

Уметь:
- учитывать взаимосвязи между функциональными подразделениями компании при бенчмаркинге бизнес-процессов
- анализировать бизнес-процессы в организациях, работающих в других отраслях в рамках функционального бенчмаркинга
Владеть:
- навыками сравнительного анализа работы одинаковых функций в компаниях различных отраслей
- навыками принятия сбалансированных управленческих решений при проведении функционального бенчмаркинга

Для компетенции «ПК–12 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)»:

В результате изучения дисциплины при освоении компетенции студент должен:
Знать:
- подходы к поиску партнеров по бенчмаркингу
- основные методы сбора бенчмаркинговой информации в организациях партнерах
Уметь:
- участвовать в формировании функциональных бенчмаркинговых сетей и ассоциаций
- разрабатывать коммуникативную стратегию бренда
Владеть:
- навыками использования основных видов коммуникаций при продвижении бренда
- навыками создания бенчмаркинговой команды

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

5.Дополнительная информация:

Учебным планом предусмотрено выполнение контрольной работы.

Материально-техническое обеспечение дисциплины предполагает наличие аудиторий, карт, учебной литературы и др. Аудиторные занятия включают лекции и семинары по основным темам дисциплины.

6.Виды и формы промежуточной аттестации Контроль знаний предполагает прием зачета.

