

БЕНЧМАРКИНГ

1. Цель освоения дисциплины

Формирование инновационного подхода к развитию организации на основе использования опыта передовых компаний, приобретение умений и навыков по разработке управленческих решений, обеспечивающих конкурентное развитие.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Бенчмаркинг» относится к вариативной части блока дисциплин.

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Образовательное право», «Авторские технологии обучения экономике», «Анализ хозяйственной деятельности образовательного учреждения», «Бухгалтерский учет и аудит в образовательном учреждении», «Внеклассная работа по экономике», «Государственное регулирование экономики», «Инвестиции», «Инвестиционный анализ», «Институциональная экономика», «Коммерческая деятельность», «Лидерство», «Маркетинг образовательных услуг», «Мировой опыт преподавания экономики», «Мотивация и стимулирование трудовой деятельности», «Налоги и налогообложение», «Национальная экономика», «Основы делопроизводства», «Основы предпринимательства и бизнеса», «Основы социального страхования», «Планирование и управление образовательными процессами», «Преподавание региональной экономики в школе», «Социальная защита трудящихся и социальные стандарты», «Сравнительная экономика», «Статистика», «Стратегический менеджмент», «Теория управления образовательным учреждением», «Управление конфликтами в образовательном учреждении», «Управление персоналом», «Управление социальным развитием персонала», «Управление человеческими ресурсами», «Финансы и кредит», «Экономика и социология труда», «Экономика и управление образовательным учреждением», «Экономика малого бизнеса», «Экономика образования», «Экономика образовательного учреждения», «Экономика общественного сектора», «Экономика отраслевых рынков», «Экономическая теория», «Этика деловых отношений», прохождения практик «Педагогическая практика (воспитательная)», «Практика по получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности», «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности», «Преддипломная практика».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- готовностью к профессиональной деятельности в соответствии с нормативными правовыми актами в сфере образования (ОПК-4);
- готовностью использовать систематизированные теоретические знания и практические навыки в области экономики и управления для осуществления эффективной профессиональной деятельности (СК-3).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- основы методологии исследования опыта компаний;
- принципы и технологию сбора необходимой информации по инновациям;
- задачи менеджера в использовании результатов бенчмаркинга;
- методы оценки экономической и социальной эффективности применения инноваций;
- технологии адаптации нововведений к реальным условиям компании;

уметь

- анализировать информацию о состоянии и динамике развития отрасли, компаний-лидеров;
- отбирать инновации, применимые для целей развития компании;
- разрабатывать проекты по адаптации инноваций к условиям компании;

владеть

- методами анализа развития отрасли и компаний-лидеро;
- методами оценки экономической и социальной эффективности применения инноваций;
- методами выявления инновационных подходов к управлению;
- навыками адаптации нововведений к реальным условиям компании;
- навыками сбора и анализа информации об инновациях в менеджменте.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 2,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 72 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 36 ч., СРС – 36 ч.),

распределение по семестрам – 1,

форма и место отчётности – аттестация с оценкой (1 семестр).

5. Краткое содержание дисциплины

Основные характеристики процесса бенчмаркинга.

Возникновение бенчмаркинга и его роль в развитии компании. Причины актуальности бенчмаркинга: глобализация конкуренции, вознаграждение за качество, необходимость повсеместной адаптации и использования мировых достижений в области производственных и бизнес-технологий. Основные принципы бенчмаркинга: непрерывность, многогранность, взаимность измерение, достоверность данных, осознание важности качества, заинтересованность, творческий подход, анализ достигнутых результатов. Этапы развития бенчмаркинга. Бенчмаркинг как инструмент управления организацией, современный метод конкурентной борьбы и управления бизнесом, позволяющим предприятиям совершенствоваться. Цели бенчмаркинга. Внешний и внутренний бенчмаркинг. Роль информации в обеспечении качества исследований. Исследование рынка, качества продукции, персонала в сравнении с ли, 1ерами отрасли.

Организация процесса бенчмаркинга.

Выявление объекта анализ: превосходства. Определение партнеров по анализу превосходства. Сбор информации. Анализ информации. Целенаправленное и рациональное использование полученных сведений. Контроль за процессом и повторение анализа. Этические нормы, условия, взаимоотношения в процессе использования достижении успешных компаний. Факторы успеха, определи, щие процесс бенчмаркинга. Объективные факторы (жесткие): определение че: ;их границ проекта; точное планирование времени; соблюдение стандартов качества; учет бюджетных ограничений; Субъективные факторы: благоприятный климат для сотрудничества; ориентацию на достижение результата (положительный настрой).

Организация внедрения результатов бенчмаркинга..

Разработка плана внедрения процедур контроля, система оценки результатов, анализ процесса внедрения Система ответственности и мотивации участников проекта по внедрению объектов использования результатов бенчмаркинга. Использование бенчмаркинговых проектов для совершенствования стратегических планов. Оценка качества исполнения и эффективности решения.

6. Разработчик

Файзулин Е.Ф., старший преподаватель кафедры управления персоналом и экономики в сфере образования.