

# 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 и является дисциплиной по выбору.

Для освоения дисциплины «Бенчмаркинг» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Методика обучения праву», «Методика обучения экономике», «Авторские технологии обучения праву», «Авторские технологии обучения экономике», «Внеклассная работа по экономике», «Государственное регулирование экономики», «Институциональная экономика», «Конституционное право России», «Методика преподавания социальной экономики в школе», «Мировой опыт преподавания экономики», «Правовое воспитание школьников», «Преподавание региональной экономики в школе», «Работа с нормативно-правовыми документами на уроках права», «Современные подходы к оцениванию в обучении праву», прохождения практики «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности».

## 3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– готовностью реализовывать образовательные программы по учебным предметам в соответствии с требованиями образовательных стандартов (ПК-1).

**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 – 28 ч., СРС – 44 ч.),  
распределение по семестрам – 10,  
форма и место отчётности – зачёт (10 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 бенчмаркинг-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.