

# БЕНЧМАРКИНГ

## 1. Цель освоения дисциплины

Формирование инновационного подхода к развитию организации на основе использования опыта передовых компаний; • Формирование модели поведения менеджеров как непрерывное совершенствование; • Приобретение умений и навыков по разработке управленческих решений, обеспечивающих конкурентное развитие; • Освоение методов анализа внутренней и внешней среды организации, выявления возможностей совершенствования.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Бенчмаркинг» относится к базовой части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Бенчмаркинг» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «ИКТ и медиаинформационная грамотность», «История экономики и экономических учений», «Мировой опыт преподавания экономики», «Нормативно-правовые основы профессиональной деятельности», «Планирование и управление образовательными процессами», «Экономическая теория», «Стратегический менеджмент», прохождения практики «Учебная практика (технологическая)».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Анализ хозяйственной деятельности образовательного учреждения», «Бухгалтерский учет и аудит в образовательном учреждении», «Институциональная экономика», «Методика обучения экономике», «Национальная экономика», «Статистика», «Философия», «Финансы и кредит», «Экономика образовательного учреждения», «Коммерческая деятельность», «Маркетинг образовательных услуг», «Мотивация и стимулирование трудовой деятельности», «Налоги и налогообложение», «Основы делопроизводства», «Основы предпринимательской деятельности и бизнеса», «Основы социального страхования», «Политические отношения в современной России», «Правовая защита предпринимательской деятельности», «Социальная защита трудящихся и социальные стандарты», «Управление конфликтами в образовательном учреждении», «Управление персоналом», «Управление социальным развитием персонала», «Управление человеческими ресурсами», «Экономика и социология труда», «Экономика малого бизнеса», «Экономика отраслевых рынков», прохождения практик «Научно-исследовательская работа», «Научно-исследовательская работа по экономике», «Производственная (педагогическая) практика (преподавательская) (математика)», «Учебная (ознакомительная) практика по экономике».

## 3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);
- способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2).

**В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

### *знать*

- основы методологии исследования опыта компаний;
- принципы и технологию сбора необходимой информации по инновациям;
- методы оценки экономической и социальной эффективности применения инноваций;

### **уметь**

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

### **владеть**

- методами анализа развития отрасли и компаний-лидеров;
- методами выявления инновационных подходов к управлению;
- навыками адаптации нововведений к реальным условиям компании.

## **4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение**

количество зачётных единиц – 3,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 108 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 36 ч., СРС – 63 ч.),

распределение по семестрам – 4,

форма и место отчётности – аттестация с оценкой (4 семестр).

## **5. Краткое содержание дисциплины**

Понятие, назначение и основные принципы бенчмаркинга.

Возникновение бенчмаркинга и его роль в развитии компании. Причины актуальности бенчмаркинга: глобализация конкуренции, вознаграждение за качество, необходимость повсеместной адаптации и использования мировых 9 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

Области и виды бенчмаркинга.

Этапы развития бенчмаркинга. Бенчмаркинг как инструмент управления организацией, современный метод конкурентной борьбы и управления бизнесом, позволяющим предприятиям совершенствоваться. Цели бенчмаркинга.

Факторы результативности бенчмаркинга.

Внешний и внутренний бенчмаркинг. Роль информации в обеспечении качества исследований. Исследование рынка, качества продукции, персонала в сравнении с лидерами отрасли.

## **6. Разработчик**

Ламзин Роман Михайлович, старший преподаватель кафедры управления персоналом и экономики в сфере образования.