

**ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет
народного хозяйства»**

*Утверждена решением
Ученого совета ДГУНХ,
протокол №11 от 06 июня 2023 г.*

Кафедра «Маркетинг и коммерция»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«БЕНЧМАРКИНГ»**

**Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело,
профиль «Интернет-маркетинг в торговой
деятельности»**

уровень высшего образования - бакалавр

Форма обучения – очная, очно-заочная, заочная

Махачкала - 2023

УДК 330.341.4
ББК 65.442

Составитель - Атаева Таибат Амирахмедовна, старший преподаватель кафедры «Маркетинг и коммерция» ГАОУ ВО «ДГУНХ»

Внутренний рецензент - Дибирова Мадина Магомедрасуловна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент» ГАОУ ВО «ДГУНХ»

Внешний рецензент - Ханбабаев Эмин Кафланович, маркетолог сети Mr.Kingsman

Представитель работодателя - Абдурашидова Аминат Магомедкамильевна, директор межрегионального маркетингового центра «Москва-Дагестан»

Рабочая программа дисциплины «Бенчмаркинг» разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 18 августа 2020 г. №963, в соответствии с приказом Министерства образования и науки РФ от 6 апреля 2021 года № 245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

Рабочая программа дисциплины «Бенчмаркинг» размещена на официальном сайте www.dgunh.ru

Атаева Т.А. Рабочая программа дисциплины «Бенчмаркинг» для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Интернет-маркетинг в торговой деятельности» – Махачкала: ДГУНХ, 2023. - 15 с.

Рекомендована к утверждению Учебно-методическим советом ДГУНХ 05 июня 2023 г.

Рекомендована к утверждению руководителем основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Интернет-маркетинг в торговой деятельности», Атаевой А.У.

Одобрена на заседании кафедры «Маркетинг и коммерция» 31 мая 2023 г., протокол № 10

Содержание

Раздел 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине.....	4
Раздел 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	6
Раздел 3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), на самостоятельную работу обучающихся и формы промежуточной аттестации.....	6
Раздел 4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	8
Раздел 5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	12
Раздел 6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	13
Раздел 7. Перечень лицензионного программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных.....	13
Раздел 8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	14
Раздел 9. Образовательные технологии.....	15

Раздел 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Целью изучения дисциплины «Бенчмаркинг» является формирование рекомендуемой профессиональной компетенции обучающихся, характеризующей этапы освоения образовательной программы.

Задачами изучения дисциплины «Бенчмаркинг» являются:

- формирование методической базы в изучении инструмента бенчмаркинга в совершенствовании деятельности предприятия индустрии гостеприимства и общественного питания;
- изучение содержания и роли бенчмаркинга как инструмента повышения конкурентоспособности бизнеса;
- приобретение практических навыков решения конкретных задач управления конкурентоспособностью предприятия, самостоятельного проведения анализа конкурентов и выявления лидеров рынка; анализа внутренних ресурсов компании и их правильного распределения; сравнения рабочих практик конкурентов и определения путей достижения их результатов; формирования стратегии развития по пути лидеров рынка;
- получение навыков определения критических факторов успеха бенчмаркинга;
- приобретение навыков разработки проектов изменений в организации и бенчмаркинга.

1.1. Компетенции выпускников, формируемые в результате освоения дисциплины «Бенчмаркинг» как часть планируемых результатов освоения образовательной программы

код компетенции	формулировка компетенции
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-4	Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов

1.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции
ПК: ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ		
ПК-4: Способен анализировать и содержательно	ИПК-4.1: Выявляет и оценивает современные тенденции, проблемы	<u>Знать:</u> - теоретические и методические основы бенчмаркинга: общие понятия о бенчмаркинге; цели и задачи бенчмаркинга; - типы, виды и процессы бенчмаркинга; - этапы проведения бенчмаркинга;

<p>объяснять природу торгово-экономических процессов</p>	<p>развития товарного обращения на региональном, национальном и глобальном уровнях</p>	<p>психологические аспекты проведения бенчмаркинга; - пути и направления повышения эффективности деятельности предприятия посредством использования бенчмаркинга. <u>Уметь:</u> - применять методы бенчмаркинга к выбору и обоснованию перед собственниками бизнеса вида маркетинговых решений для внедрения на предприятии; - осуществлять выбор объектов и типов бенчмаркинга; - осуществлять планирование и организацию основных этапов бенчмаркинга на предприятии; - осуществлять конкурентный бенчмаркинг; - осуществлять бенчмаркинг лояльности клиентов. <u>Владеть:</u> - навыками обоснования управленческих решений, принимаемых на основе бенчмаркинга; - навыками оценки и разработки стратегий организации по результатам бенчмаркинга; - навыками обоснования, разработки и внедрения экономических стратегий и приоритетных направлений деятельности организаций.</p>
--	--	--

1.3. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

код компетенции	Этапы формирования компетенций			
	Тема 1. Теоретические основы бенчмаркинга	Тема 2. Инструменты бенчмаркинга	Тема 3. Организация бенчмаркинга	Тема 4. Информационное обеспечение бенчмаркинга
ПК-4	+	+	+	+

код компетенции	Этапы формирования компетенций			
	Тема 5. Конкурентный и стратегический бенчмаркинг	Тема 6. Функциональный бенчмаркинг	Тема 7. Формирование стратегии бенчмаркинга	Тема 8. Экономический эффект от использования бенчмаркинга
ПК-4	+	+	+	+

Раздел 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Бенчмаркинг» относится к части учебного плана формируемой участниками образовательных отношений программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Интернет-маркетинг в торговой деятельности» читается на 4 курсе.

Для изучения данной дисциплины опирается на знания, умения и навыки по дисциплинам «Маркетинг», «Менеджмент», «Маркетинговые исследования», «Маркетинговые коммуникации в торговле».

Освоение данной дисциплины необходимо обучающемуся для изучения дисциплин «Стратегический маркетинг», «Маркетинг торговой деятельности».

Раздел 3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), на самостоятельную работу обучающихся и формы промежуточной аттестации

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 7 зачетных единиц.

Очная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), при очной форме обучения составляет 68 часов,
в том числе: для занятий лекционного типа 34 ч.
для занятий семинарского типа 34 ч.
Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся 148 ч.
Формы промежуточной аттестации:
7 семестр – экзамен 36ч.

Очно-заочная форма обучения

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с педагогическим работником (по видам учебных занятий), при очной форме обучения составляет 68 часов,
в том числе: для занятий лекционного типа 34 ч.
для занятий семинарского типа 34 ч.
Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся 148 ч.
Формы промежуточной аттестации:
7 семестр – экзамен 36 ч.

Раздел 4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Для очной формы обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Всего академических часов	в т.ч. лекционного типа	в том числе занятия семинарского типа:					Самостоятельная работа	Форма текущего контроля успеваемости.
				семинары	практические занятия	Лабораторные занятия (лабораторные работы, лабораторный практикум)	коллоквиумы	иные аналогичные занятия		
1.	Тема 1. Теоретические основы бенчмаркинга	26	4		4				18	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций
2.	Тема 2. Инструменты бенчмаркинга	26	4		4				18	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций
3.	Тема 3. Организация бенчмаркинга	34	6		6				22	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций Проведение деловой игры
4	Тема 4. Информационное обеспечение бенчмаркинга	26	4		4				18	Тестирование Выполнение заданий типа «кейс-стади»
5.	Тема 5. Конкурентный и стратегический бенчмаркинг	26	4		4				18	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций
6.	Тема 6. Функциональный бенчмаркинг	26	4		4				18	Решение задач по анализу конкретных ситуаций Проведение деловой игры
7	Тема 7. Формирование стратегии бенчмаркинга	26	4		4				18	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций
8	Тема 8. Экономический эффект от использования бенчмаркинга	26	4		4				18	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций

Экзамен (групповая консультация в течение семестра, групповая консультация перед промежуточной аттестацией, экзамен)	36							Контроль
Итого за 7 семестр	216	34		34			148	
Всего	252							

Для очно-заочной формы обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Всего академических часов	в т.ч. лекционного типа	в том числе занятия семинарского типа:					Самостоятельная работа	Форма текущего контроля успеваемости.
				семинары	практические занятия	Лабораторные занятия (лабораторные работы, лабораторный практикум)	коллоквиумы	иные аналогичные занятия		
1.	Тема 1. Теоретические основы бенчмаркинга	26	4		4				18	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций
2.	Тема 2. Инструменты бенчмаркинга	26	4		4				18	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций
3.	Тема 3. Организация бенчмаркинга	34	6		6				22	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций Проведение деловой игры
4	Тема 4. Информационное обеспечение бенчмаркинга	26	4		4				18	Тестирование Выполнение заданий типа «кейс-стади»
5.	Тема 5. Конкурентный и стратегический бенчмаркинг	26	4		4				18	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций
6.	Тема 6. Функциональный бенчмаркинг	26	4		4				18	Решение задач по анализу конкретных ситуаций

									Проведение деловой игры		
7	Тема 7. Формирование стратегии бенчмаркинга	26	4		4				18	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций	
8	Тема 8. Экономический эффект от использования бенчмаркинга	26	4		4				18	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций	
	Экзамен (групповая консультация в течение семестра, групповая консультация перед промежуточной аттестацией, экзамен)	36									<i>Контроль</i>
	Итого за 7 семестр	216	34		34				148		
	Всего	252									

Для заочной формы обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Всего академических часов	в т.ч. лекционного типа	в том числе занятия семинарского типа:				Самостоятельная работа	Форма текущего контроля успеваемости.
				семинары	практические занятия	Лабораторные занятия (лабораторные работы, лабораторный практикум)	коллоквиумы		
1.	Тема 1. Теоретические основы бенчмаркинга	29	1		1			28	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций
2.	Тема 2. Инструменты бенчмаркинга	30	1		1			28	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций
3.	Тема 3. Организация бенчмаркинга	33	2		1			30	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций Проведение деловой игры

4	Тема 4. Информационное обеспечение бенчмаркинга	30	1		1				28	Тестирование Выполнение заданий типа «кейс-стади»	
5.	Тема 5. Конкурентный и стратегический бенчмаркинг	30	2		1				28	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций	
6.	Тема 6. Функциональный бенчмаркинг	30	1		2				28	Решение задач по анализу конкретных ситуаций Проведение деловой игры	
7	Тема 7. Формирование стратегии бенчмаркинга	32	2		2				28	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций	
8	Тема 8. Экономический эффект от использования бенчмаркинга	32	2		1				26	Тестирование Решение задач по анализу конкретных ситуаций	
	Экзамен (групповая консультация в течение семестра, групповая консультация перед промежуточной аттестацией, экзамен)	4									<i>Контроль</i>
	Итого за 4 курс	216	12		12				224		

Раздел 5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

<i>№ п/п</i>	<i>Автор</i>	<i>Название основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины</i>	<i>Выходные данные по стандарту</i>	<i>Количество экземпляров в библиотеке ДГУНХ/ точек доступа</i>
I. Основная учебная литература				
1.	Липсица, О. К.	Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов	Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 379 с.	https://urait.ru/bcode/469244
2.	Реброва, Н. П.	Бенчмаркинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва	Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 186 с.	https://urait.ru/bcode/471244
II. Дополнительная литература				
а) Дополнительная учебная литература				
1.	Виноградова, Т.Г.	Управление маркетингом: учебное пособие	Санкт-Петербург: СПбГАУ, 2018. – 81 с.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494537
2.	Данько, Т. П.	Управление маркетингом: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп.	Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 521 с.	https://urait.ru/book/upravlenie-marketingom-400018
б) Официальные издания: сборники законодательных актов, нормативно-правовых документов и кодексов РФ (отдельно изданные, продолжающиеся и периодические)				
1	Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция), http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/			
2	Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 02.12.2019) «О средствах массовой информации» http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/			
3	Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 18.07.2019) «О защите прав			

	потребителей» http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/
в) Периодические издания	
1.	Научно-практический журнал «Практический маркетинг»
2.	Научно-практический журнал «Маркетинг в России и за рубежом»
3.	Журнал «Российское предпринимательство» https://biblioclub.ru/index.php?page=journal_red&jid=561724
4.	Журнал «Business Excellence» https://biblioclub.ru/index.php?page=journal_red&jid=562951
г) Информационные базы данных	
1	http:// www. rbc. ru – РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера)
2	http:// www. businesspress.ru - Деловая пресса;
3	http:// www. nta –rus. ru - Национальная торговая ассоциация

Раздел 6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к одной или нескольким электронно-библиотечным системам и к электронной информационно-образовательной среде университета (<http://e-dgunh.ru>). Электронно-библиотечная система и электронная информационно-образовательная среда обеспечивает возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне ее.

Для освоения дисциплины «Бенчмаркинг» рекомендуется ознакомление с аналитическими сайтами и Интернет-ресурсами:

<http://www.marketologi.ru/> - Гильдия маркетологов: объединение специалистов в области маркетинга

<http://www.naming.ru/> - Нейминговое агентство «Нейминг.ру».

<http://www.raso.ru/> - Российская ассоциация по связям с общественностью

<http://www.4p.ru> – Маркетинг журнал 4p

<http://www.adindex.ru/> - Новости рекламы и маркетинга.

Раздел 7. Перечень лицензионного программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных

7.1. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

- Windows 10 Professional;
- Антивирус Kaspersky Endpoint 10;
- Microsoft Office Professional.

- Adobe Acrobat Reader DC
- VLCMedia player
- 7-zip

7.2. Перечень информационных справочных систем

- Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».

7.3. Перечень профессиональных баз данных

Базы данных Европейского общества маркетинга (World Association of Opinion and Marketing Research Professionals) - www.esomar.org

База данных исследовательской компании CRG (CapitalResearchGroup), входящей в холдинг «Names» - www.crg.li

База данных маркетингового агентства рыночных исследований и консалтинга «Маркет» - www.market-agency.ru

Научная электронная библиотека eLIBRARY - <https://elibrary.ru/>

Раздел 8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий № 4.3 (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, учебный корпус №1)

Перечень основного оборудования:

Комплект учебной мебели.

Доска меловая

Набор демонстрационного оборудования: проектор, персональный компьютер (моноблок) с доступом к сети Интернет и корпоративной сети университета, ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» (www.biblioclub.ru), ЭБС «ЭБС Юрайт» (www.urait.ru).

Перечень учебно-наглядных пособий:

Комплект наглядных материалов (баннеры, плакаты);

Комплект электронных иллюстративных материалов (презентации, видеоролики).

2. Помещение для самостоятельной работы – помещение № 5.6 (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, учебный корпус №1)

Перечень основного оборудования:

Персональные компьютеры с доступом к сети «Интернет» и в электронную информационно-образовательную среду.

3. Помещение для самостоятельной работы – помещение №1.1 (Россия, Республика Дагестан, 367008, г. Махачкала, ул. Джамалутдина Атаева, дом 5, учебный корпус №1)

Перечень основного оборудования:

Персональные компьютеры с доступом к сети «Интернет» и в электронную информационно-образовательную среду.

Раздел 9. Образовательные технологии

При реализации дисциплины «Бенчмаркинг» применяются следующие образовательные технологии:

Тестирование – контроль знаний с помощью тестов, которые состоят из условий (вопросов) и вариантов ответов для выбора.

Задачи по анализу конкретных ситуаций как для иллюстрации той или иной ситуации, так и в целях выработки навыков применения управленческих решений; обучение, при котором обучающиеся и преподаватели участвуют в непосредственном обсуждении деловых ситуаций и задач.

Выполнение заданий типа «кейс-стади» по имитации производственной ситуации - проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для разрешения данной проблемы путем решения нескольких задач.

Деловые/ролевые игры. Ролевая игра, имитирующая реальную профессиональную деятельность на основе моделирования проблемной профессиональной ситуации, решение которой достигается в процессе ролевого взаимодействия обучающихся, по правилам, с формированием команд игроков и «группы экспертов», по определенному сценарию и последующей оценкой принятого решения.

Внеаудиторная самостоятельная работа в форме обязательных консультаций и индивидуальных занятий со студентами (помощь в понимании тех или иных моделей и концепций, подготовка тезисов для студенческих конференций и т.д.).