

SYLLABUS

INTERNATIONAL EUROPEAN
UNIVERSITY



EUROPEAN SCHOOL
OF BUSINESS



SYLLABUS



Дисципліна				
		Бенчмаркінг		
Викладач (-і)				
		Гуцалюк Олексій Миколайович		
Профайл викладача (-ів)				
		https://business.ieu.edu.ua/pro-yemsh/struktura-kafedry-vykladachi/kafedry/kafedra-menedzhmentu#zzz-004		
Консультації				
Очні консультації		П'ятниця 09.00 – 10.00		
Онлайн консультації		Перша п'ятниця місяця 16:00-17:00		
Контактний телефон				
		+380 98 178 32 76		
E-mail				
		oleksiihutsaliuk@ieu.edu.ua		
Сторінка дисципліни				
		https://business.ieu.edu.ua/navchannia/orhanizatsiia-osvitnoho-protsesu/robochi-prohramy/bakalavrat		
Форма підсумкового контролю	залік	диференційований залік	екзамен	
	☒	☐	☐	



SYLLABUS



1 Коротка анотація дисципліни

Останнім часом особливо у зв'язку з євроінтеграційним курсом України маркетингова діяльність підприємства як комплекс заходів щодо узгодження його виробничо-збутової діяльності згідно з вимогами світових ринків набуває особливої актуальності. Для українських підприємств постійно існує необхідність у дослідженні вітчизняних та світових ринків, прогнозуванні розвитку економічних зв'язків, аналізі маркетингової діяльності та прийнятті стратегічних рішень для забезпечення власної конкурентоспроможності. Виставкова діяльність за даних умов є ефективним інструментом маркетингової політики підприємства. Правильно спланована і обґрунтована виставкова діяльність дозволяє максимально ефективно використати ресурси, досягти як маркетингових, так і поточних торговельних цілей, а також визначити напрями подальшого розвитку підприємства.

2 Передумова вивчення дисципліни

Зміст курсу зорієнтовано набуття студентами практичних навичок організації та управління, застосування на практиці отриманих знань і умінь відповідно до міжнародних вимог до обраного виду діяльності.

3 Мета та цілі дисципліни

Метою викладання дисципліни «Бенчмаркінг» є формування теоретичних знань щодо організації і проведення бенчмаркінгу, вміння застосовувати отримані знання на практиці, прагнення до пошуку нових інструментів досягнення ділової досконалості підприємства та фахових компетентності щодо навичок стратегічного аналізу, розробки і здійснення стратегії організації, спрямованої на забезпечення конкурентоспроможності та аналізу взаємозв'язків між функціональними стратегіями компаній з метою підготовки збалансованих управлінських рішень.

Основними цілями вивчення дисципліни «Бенчмаркінг» є:

- формування сучасного економічного мислення про організацію і управління господарюючим суб'єктом, їх місце і роль в системі національної економіки;
- дослідження історичних аспектів бенчмаркінгу;
- розуміння понять про конкурентів і лідерів в певній галузі;
- вивчення методології бенчмаркінгу, внутрішню і зовнішню середу організації; засвоєння студентами бізнес-процесів і методики розробки управлінських рішень;
- дослідження та розуміння системи розробки стратегії діяльності в процесі дослідження;
- особливості галузевого аналізу і аналізу конкурентів, характеру конкуренції, моделей поведінки клієнтів і їх купівельної спроможності, моделей поведінки постачальників, бар'єри входу в галузь, загрози заміни продуктів і послуг;
- набуття навичок застосовування методів та функцій бенчмаркінгу;
- формування умінь аналізу інформації, факторів внутрішнього і зовнішнього середовища, вміння визначати сильні і слабкі сторони підприємства, загрози і можливості;
- використання стратегії конкурентних переваг для завоювання цінних клієнтів;
- набуття практичних навичок здійснення планування, моніторингу, контролю за стратегічною діяльністю підприємства.

4 Результати навчання

ПРН 4. Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень.

ПРН 5. Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації.

ПРН 6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.

ПРН 8. Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації.

ПРН 12. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації.



SYLLABUS



5 Кредити ECTS

3 кредити ECTS / 90 академічних годин

6 Структура дисципліни

Назви змістових розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
Змістовий розділ 1. БЕНЧМАРКІНГ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ												
Тема 1. Поняття види і основні принципи бенчмаркінгу.	12	2	2			8	16	2				14
Тема 2. Механізм бенчмаркінгового аналізу.	12	2	2			8	15		1			14
Тема 3. Системи бенчмаркінгових досліджень і бенчмаркінгової інформації.	14	2	4			8	14					14
Тема 4. Організація бенчмаркінгу.	12	2	2			8	14					14
Разом за змістовим розділом 1	50	8	10			32	59	2	1			56
Змістовий розділ 2. ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК БЕНЧМАРКІНГУ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА												
Тема 5. Бенчмаркінг – основа забезпечення конкурентоспроможності підприємства.	20	4	2			14	16	2				14
Тема 6. Стратегічний бенчмаркінг.	20	4	4			12	15		1			14
Разом за змістовим розділом 2	40	8	6			26	31	2	1			28
Усього годин	90	16	16			58	90	4	2			84

7 Перелік обов'язкових завдань

Поняття види і основні принципи бенчмаркінгу
Механізм бенчмаркінгового аналізу.
Системи бенчмаркінгових досліджень і бенчмаркінгової інформації.
Організація бенчмаркінгу.
Бенчмаркінг – основа забезпечення конкурентоспроможності підприємства.
Стратегічний бенчмаркінг.

8 Перелік вибірових завдань

1. Еволюція, форми і тенденції бенчмаркінгу.
2. Бенчмаркінг як інструмент поліпшення практики ведення бізнесу.
3. Основні чинники ефективного бенчмаркунгу.
4. Головні типи бенчмаркінгу.
5. Основні принципи та можливості бенчмаркінгу.
6. Етапи проведення бенчмаркінгу.
7. Взаємозв'язок бенчмаркінгу з економічною безпекою підприємства.
8. Основні етапи, принципи та технологія проведення бенчмаркінгового контролю.
9. Прагматизм і метод інтерпретацій у бенчмаркінгу.
10. Ефекти синергетичного бенчмаркінгу.
11. Оцінка конкурентоспроможності та конкурентів продукції.
12. Критерії системи показників діяльності підприємства.

9 Ознаки дисципліни

Термін викладання	Семестр	Міжнародна дисциплінарна інтеграція	Курс (рік навчання)	Цикли: загальної підготовки/ професійної підготовки/ вільного вибору
1 семестр	6 семестр	Так	3 курс	Цикл вільного вибору

10 Система оцінювання та вимоги

У процесі вивчення дисципліни здійснюється поточний та підсумковий контроль знань студентів. Підсумкова оцінка у формі іспиту виставляється відповідно до сумарного рейтингу студента. За результатами поточного контролю протягом семестру студент може отримати максимально – 100 балів, мінімальна сума балів, що дозволяє студенту бути атестованим з дисципліни – 60 балів. Співвідношення між національними та ECTS оцінками і рейтингом студента:
<https://ieu.edu.ua/docs/pol-mark-esb.pdf>

11 Умови допуску до підсумкового контролю

Мінімальна кількість балів, яку повинен набрати здобувач освіти за поточну навчальну діяльність за семестр для допуску до підсумкового контролю – 36 балів. Оцінка за дисципліну визначається як сума підсумкового балу за поточну діяльність та балу за підсумковий контроль і виражається за багатобальною шкалою.

Оцінка з дисципліни, яка завершується заліком, визначається як сума балів за поточну навчальну діяльність (не менше 36), бали за індивідуальну самостійну роботу здобувача освіти (не більше 6) та балів за залік (не менше 24).

Загальний бал з дисципліни становить 100. Сумарна оцінка за вивчення дисципліни виставляється за національною та європейською шкалою.

Підсумковий контроль у формі заліку проводиться після завершення вивчення усіх тем дисципліни і складається здобувачами освіти у період залікової сесії.

<https://ieu.edu.ua/docs/050.pdf>



SYLLABUS



12

Політика дисципліни

Для продуктивної навчально-пізнавальної діяльності студентів при вивченні дисципліни здійснюються актуальні лекції та семінари у вигляді презентацій, кейсів, робота в групах, семінарів-дискусій. На заняттях та під час перебування в університеті студент повинен поважно ставитися до викладачів, співробітників та інших студентів, відвідувати заняття згідно з розкладом, приходити вчасно і не залишати аудиторії без дозволу викладача. Необхідно виконувати всі академічні завдання і роботи у визначені терміни.

Викладач, у свою чергу повинен постійно підвищувати свій професійний рівень, педагогічну майстерність, загальну культуру, забезпечувати умови для засвоєння студентами навчальних програм на рівні обов'язкових вимог щодо змісту, рівня та обсягу освіти, сприяти всебічному професійному розвитку студентів. Обов'язково дотримуватися навчально-тематичного плану, не спізнюватися на заняття, не допускати жодних проявів корупції, дискримінації, булінгу, цькування та утиску прав здобувачів освіти.

13

Політика щодо пропусків занять та виконання завдань пізніше встановленого терміну

Студент, який з поважних причин, підтверджених документально, не підлягав поточному контролю має право пройти поточний контроль у двотижневий термін після повернення до навчання.

Студент, що був відсутній на заняттях без поважних причин, не брав участі у заходах поточного контролю, не ліквідував академічну заборгованість, не допускається до підсумкового семестрового контролю знань з цієї дисципліни, а в день складання екзамену в екзаменаційній відомості науково-педагогічним працівником виставляється оцінка «недопущений». Повторне складання екзамену з дисципліни призначається за умови виконання всіх видів навчальної, самостійної (індивідуальної) роботи, передбачених робочою навчальною програмою дисципліни, і проводиться згідно із затвердженням директором графіком ліквідації академічної заборгованості.

<https://ieu.edu.ua/docs/050.pdf>

14

Політика дотримання академічної доброчесності

Учасники освітнього процесу керуються принципами академічної доброчесності

<https://ieu.edu.ua/docs/011.pdf>

15

Рекомендовані джерела інформації

Основна (базова):

Азарян О.М. Електронна версія текстів лекцій з дисципліни «Бенчмаркінг» /О.М. Азарян. Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. маркетингу і комерц. справи. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2013. – 59 с.

Харрінгтон, Х. Дж. Бенчмаркінг в лучшем виде / Х.Дж. Харрінгтон, Дж.С. Харрінгтон и др. – СПб: Питер, 2014. – 176 с.

Чернопятков, А. М. Бенчмаркінг : учебное пособие : [16+] / А. М. Чернопятков. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 154 с.

Допоміжна:

Генералова С. Формирование конкурентного потенциала с помощью метода бенчмаркинга / С. Генералова // Проблемы теории и практики управления. —2007. — № 1. — С. 16-21.

Гончарук А.Г. Модель осуществления бенчмаркинга на промышленном предприятии / А.Г. Гончарук // Актуальные проблемы экономики. — 2008. — № 1. — С. 18-25.



SYLLABUS



15

Рекомендовані джерела інформації

Желіховська М.В. Бенчмаркінг – інструмент удосконалення стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства / М.В. Желіховська // Вісник Хмельницького національного університету 2010, № 4. Т. 3 – С.269-272.

Князев Е.А. Бенчмаркинг для вузов: Учебно-методическое пособие / Е.А. Князев, Я.Ш. Евдокимова. - М.: Университетская книга, Ло-гос, 2006. – 208 с.

Мартінова О.В. Бенчмаркінг як інструмент удосконалення управління стратегічним розвитком підприємства / О.В. Мартінова // Вісник ЖДТУ № 3 (57), 2011 – С. 327-329.

Погорелов Ю.С. Бенчмаркинг как инструмент развития предприятия при его выходе на внешний рынок / Ю.С. Погорелов, В.А. Горбунов // Экономика и управление. — 2007. — №4. — С. 98-106.

Арефьева Е.В. Бенчмаркинг: Учеб. пособие / Е.В. Арефьева, О.В. Арефьев – К.: Изд-во Европейского ун-та, 2003. – 57 с.

Багиев Г.Л. Маркетинг / Г.Л. Багиев, В. М Тарасевич. - СПб.: Питер, 2010. — 576 с.

Котлер Ф. Основы маркетинга. - СПб: АОЗТ "Литера плюс", 2010. – 532 с.

Минкина Н.В. Лекции по дисциплине Бенчмаркинг: Учебнопрактическое пособие для студентов / Н.В. Минкина. - Брянск, Изд-во БИУБ, 2009. - 62 с.

Михайлова Е.А. Бенчмаркинг / Е.А. Михайлова. - М.: Благовест-В, 2012. – 176 с.

Новітній маркетинг: Навч. посіб. / Є.В. Савельєв, С.І. Чеботар, Д.А. Штефаніч та ін.; За ред. д.е.н., проф. Є.В. Савельєва. – К.: Знання, 2008. – 420 с.

Рейдер Роб. Бенчмаркинг как инструмент определения стратегии и повышения прибыли: пер. с англ. / Р. Рейдер; Под ред. Т. В. Даниловой.— М.: Стандарты и качество, 2007. — 247 с.

Роберт С. Кэмп «Бенчмаркинг бизнес-процессов: технологии поиска и внедрения лучших решений. Изд-во: Баланс-Клуб. Серия: Мар-г, 2004. – 562 с.

Інформаційні ресурси:

Бібліотека ім. В.І. Вернадського. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/>

Бібліотека ім. В.Г. Короленко. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://korolenko.kharkov.com/>

Бібліотека ХНТУСГ. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://library.khntusg.com.ua/>

Електронна бібліотека. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lib.meta.ua/>

Студентська електронна бібліотека // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lib.ua-ru.net/>

Нормативно-правова база України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/>

Державна служба статистики України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Бреда Ла Флер, Шила Рао. Бенчмаркінг для підтримки місцевого економічного розвитку. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ebed.org.ua

16

Поради з успішного навчання на курсі

Якщо Ви бажаєте успішно засвоїти цей предмет, необхідно бути:

- наполегливим, уважним і допитливим;
- креативним і життєрадісним, відкритим для спілкування та дискусій;
- готовим отримувати інформацію і знання з предмету не лише на лекціях, а й у позааудиторний час.

До зустрічі!