

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»

Направление подготовки/специальность: 27.04.02 Управление качеством

Наименование образовательной программы: Стратегическое управление качеством в организации

Уровень образования: высшее образование - магистратура

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины
БЕНЧМАРКИНГ

Блок:	Блок 1 «Дисциплины (модули)»
Часть образовательной программы:	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
№ дисциплины по учебному плану:	Б1.Ч.02.01.02
Трудоемкость в зачетных единицах:	1 семестр - 4;
Часов (всего) по учебному плану:	144 часа
Лекции	1 семестр - 32 часа;
Практические занятия	1 семестр - 32 часа;
Лабораторные работы	не предусмотрено учебным планом
Консультации	1 семестр - 2 часа;
Самостоятельная работа	1 семестр - 77,5 часа;
в том числе на КП/КР	не предусмотрено учебным планом
Иная контактная работа	проводится в рамках часов аудиторных занятий
включая: Тестирование Контрольная работа	
Промежуточная аттестация:	
Экзамен	1 семестр - 0,5 часа;

Москва 2026

ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:

Преподаватель

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Колесникова О.В.
	Идентификатор	R3162f4d9-KolesnikovaOV-4017a20

О.В.
Колесникова

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Кетоева Н.Л.
	Идентификатор	R56dba1ba-KetoyevaNL-5403d8c3

Н.Л. Кетоева

Заведующий выпускающей
кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Кетоева Н.Л.
	Идентификатор	R56dba1ba-KetoyevaNL-5403d8c3

Н.Л. Кетоева

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов теоретических знаний в области организации и проведения бенчмаркинга, умение применять полученные знания на практике, стремление к поиску новых инструментов достижения делового совершенства предприятия.

Задачи дисциплины

- 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.

Формируемые у обучающегося **компетенции** и запланированные **результаты обучения** по дисциплине, соотнесенные с **индикаторами достижения компетенций**:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
ПК-2 Способен разрабатывать программу стратегического управления качеством процессов в организации	ИД-2 _{ПК-2} Демонстрирует знание правил и особенностей выбора и внедрения инноваций в организационные процессы	знать: - этапы проведения бенчмаркинга; психологические аспекты проведения бенчмаркинга; - теоретические и методические основы бенчмаркинга: общие понятия о бенчмаркинге; цели и задачи бенчмаркинга. уметь: - применять методы бенчмаркинга к выбору и обоснованию перед собственниками бизнеса вида маркетинговых решений для внедрения на предприятии; - осуществлять планирование и организацию основных этапов бенчмаркинга на предприятии.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Дисциплина относится к основной профессиональной образовательной программе Стратегическое управление качеством в организации (далее – ОПОП), направления подготовки 27.04.02 Управление качеством, уровень образования: высшее образование - магистратура.

Требования к входным знаниям и умениям:

- знать Основы менеджмента
- уметь Осуществлять маркетинговые коммуникации

Результаты обучения, полученные при освоении дисциплины, необходимы при выполнении выпускной квалификационной работы.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

№ п/п	Разделы/темы дисциплины/формы промежуточной аттестации	Всего часов на раздел	Семестр	Распределение трудоемкости раздела (в часах) по видам учебной работы										Содержание самостоятельной работы/ методические указания	
				Контактная работа							СР				
				Лек	Лаб	Пр	Консультация		ИКР		ПА	Работа в семестре	Подготовка к аттестации /контроль		
КПР	ГК	ИККП	ТК												
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	Задачи и виды бенчмаркинга	16	1	4	-	4	-	-	-	-	-	8	-	<p><u>Подготовка к текущему контролю:</u> Повторение материала по разделу "Задачи и виды бенчмаркинга"</p> <p><u>Подготовка к практическим занятиям:</u> Изучение материала по разделу "Задачи и виды бенчмаркинга" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях</p> <p><u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Задачи и виды бенчмаркинга"</p> <p><u>Изучение материалов литературных источников:</u> [1], 16-25 [2], 10-18</p>	
1.1	Понятие и виды бенчмаркинга	8		2	-	2	-	-	-	-	-	4	-		
1.2	Развития бенчмаркинга в мире	8		2	-	2	-	-	-	-	-	4	-		
2	Уровни бенчмаркинга	24		6	-	6	-	-	-	-	-	-	12		-
2.1	Конкурентоспособность страны, региона и отрасли	8		2	-	2	-	-	-	-	-	-	4		-
2.2	Конкурентоспособность компании	8		2	-	2	-	-	-	-	-	-	4		-
2.3	Конкурентоспособность товара и персонала	8		2	-	2	-	-	-	-	-	-	4		-

												<u>источников:</u> [1], 32-47 [2], 23-45	
3	Оценка конкурентов компании	32	10	-	10	-	-	-	-	-	12	-	<u>Подготовка к текущему контролю:</u> Повторение материала по разделу "Оценка конкурентов компании"
3.1	Выбор основных конкурентов	8	2	-	2	-	-	-	-	-	4	-	<u>Подготовка к практическим занятиям:</u>
3.2	Направления анализа конкурентов	12	4	-	4	-	-	-	-	-	4	-	Изучение материала по разделу "Оценка конкурентов компании" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях
3.3	Конкурентный анализ	12	4	-	4	-	-	-	-	-	4	-	<u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Оценка конкурентов компании" <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [2], 56-78 [3], 26-59
4	Матрицы бенчмаркинга	36	12	-	12	-	-	-	-	-	12	-	<u>Подготовка к текущему контролю:</u> Повторение материала по разделу "Матрицы бенчмаркинга"
4.1	Матрица 7P и матрица Портера	12	4	-	4	-	-	-	-	-	4	-	<u>Подготовка к практическим занятиям:</u>
4.2	Матрица SWOT и PEST анализ	12	4	-	4	-	-	-	-	-	4	-	Изучение материала по разделу "Матрицы бенчмаркинга" подготовка к выполнению заданий на практических занятиях
4.3	Матрица McKinseyGE, ADL и Ансоффа	12	4	-	4	-	-	-	-	-	4	-	<u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Матрицы бенчмаркинга" <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [2], 64-112 [3], 63-124
	Экзамен	36.0	-	-	-	-	2	-	-	0.5	-	33.5	
	Всего за семестр	144.0	32	-	32	-	2	-	-	0.5	44	33.5	
	Итого за семестр	144.0	32	-	32	2	-	-	-	0.5	77.5		

Примечание: Лек – лекции; Лаб – лабораторные работы; Пр – практические занятия; КПр – аудиторные консультации по курсовым проектам/работам; ИККП – индивидуальные консультации по курсовым проектам/работам; ГК- групповые консультации по разделам дисциплины; СР – самостоятельная работа студента; ИКР – иная контактная работа; ТК – текущий контроль; ПА – промежуточная аттестация

3.2 Краткое содержание разделов

1. Задачи и виды бенчмаркинга

1.1. Понятие и виды бенчмаркинга

Понятие бенчмаркинга. Цели бенчмаркинга. Колесо бенчмаркинга. Понятие конкурентной разведки. Уровни и виды бенчмаркинга. Объект бенчмаркинга. Метод аналогий и бизнес-модель компании..

1.2. Развития бенчмаркинга в мире

50-60-е годы 20 столетия Япония. 70-е годы компания «Херох». Этапы развития бенчмаркинга в мире. Этапы развития бенчмаркинга в России..

2. Уровни бенчмаркинга

2.1. Конкурентоспособность страны, региона и отрасли

Иерархия понятий конкурентоспособности субъектов рынка. Конкурентоспособность страны. Факторы индекса глобальной конкурентоспособности. Факторы, влияющие на снижение конкурентоспособности страны. Показатели расчета конкурентоспособности страны. Показатели расчета конкурентоспособности региона. Факторы привлекательности региона. Конкурентоспособность регионов России. Факторы конкурентоспособности отрасли. Алгоритм оценки конкурентоспособности отрасли..

2.2. Конкурентоспособность компании

Общая оценка конкурентоспособности компании. Шкала конкурентоспособности компании. Экспертная оценка конкурентоспособности компании. Расчет конкурентоспособности компании. Методика оценки конкурентоспособности товара по системе.

2.3. Конкурентоспособность товара и персонала

Понятие «конкурентоспособный продукт». Создание конкурентных преимуществ продукта. Оценка конкурентоспособности товара. Оценка конкурентоспособности персонала. Формула расчета конкурентоспособности персонала.

3. Оценка конкурентов компании

3.1. Выбор основных конкурентов

Шаблон для определения конкурентов. Источники информации о конкурентах. Определите ключевых, прямых и косвенных конкурентов. Формирование матрицы конкурентов..

3.2. Направления анализа конкурентов

Форма анализа конкурентов. Этапы построения многоугольника конкурентоспособности..

3.3. Конкурентный анализ

Анализ внутриотраслевой конкуренции. Составление карты конкурентов. Сравнительный анализ продукта и ассортимента компании. Анализ продукта и цен. Сравнительный анализ дистрибуции и распределения продукта. Сравнительный анализ позиционирования товаров. Сравнительный анализ методов продвижения и бюджетов. Анализ целевой аудитории. Анализ технологий и ресурсов..

4. Матрицы бенчмаркинга

4.1. Матрица 7P и матрица Портера

Анализ конкурентов по следующим параметрам: продукт, цена, места, продвижения, персонал, процесс, психологическое отношение. Матрица Портера: товары – заменители, оценка уровня внутриотраслевой конкуренции, оценка угрозы входы новых игроков, угрозы ухода потребителей, угрозы со стороны поставщиков.

4.2. Матрица SWOT и PEST анализ

SWOT-анализ: сильные стороны, слабые стороны, возможности компании на рынке, риски компании на рынке. Матрица SWOT. PEST анализ: политическая среда, экономическая среда, социальная среда и технологическая среда..

4.3. Матрица McKinseyGE, ADL и Ансоффа

Этапы построения матрицы Mckinsey/GE. Критерии конкурентоспособности. Критерии привлекательность сегмента. ADL матрица: степень зрелости рынка и устойчивость позиции компании в отрасли. Выбор стратегий. Матрица Ансоффа: формирование стратегии проникновения, формирование стратегии развития (расширения) рынка, формирование стратегии развития товара, формирование стратегии диверсификации..

3.3. Темы практических занятий

1. Понятие и виды бенчмаркинга;
2. Развития бенчмаркинга в мире;
3. Конкурентоспособность страны, региона и отрасли;
4. Конкурентоспособность компании;
5. Конкурентоспособность товара и персонала;
6. Выбор основных конкурентов;
7. Направления анализа конкурентов;
8. Конкурентный анализ;
9. Матрица 7P и матрица Портера;
10. Матрица SWOT и PEST анализ;
11. Матрица McKinseyGE, ADL и Ансофф.

3.4. Темы лабораторных работ

не предусмотрено

3.5 Консультации

Текущий контроль (ТК)

1. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Задачи и виды бенчмаркинга"
2. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Уровни бенчмаркинга"
3. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Оценка конкурентов компании"
4. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Матрицы бенчмаркинга"

3.6 Тематика курсовых проектов/курсовых работ

Курсовой проект/ работа не предусмотрены

3.7. Соответствие разделов дисциплины и формируемых в них компетенций

Запланированные результаты обучения по дисциплине (в соответствии с разделом 1)	Коды индикаторов	Номер раздела дисциплины (в соответствии с п.3.1)				Оценочное средство (тип и наименование)
		1	2	3	4	
Знать:						
теоретические и методические основы бенчмаркинга: общие понятия о бенчмаркинге; цели и задачи бенчмаркинга	ИД-2ПК-2	+				Тестирование/Теоретические основы бенчмаркинга
этапы проведения бенчмаркинга; психологические аспекты проведения бенчмаркинга	ИД-2ПК-2		+			Тестирование/Инструменты бенчмаркинга
Уметь:						
осуществлять планирование и организацию основных этапов бенчмаркинга на предприятии	ИД-2ПК-2			+		Контрольная работа/Конкурентный и стратегический бенчмаркинг
применять методы бенчмаркинга к выбору и обоснованию перед собственниками бизнеса вида маркетинговых решений для внедрения на предприятии	ИД-2ПК-2				+	Контрольная работа/Формирование стратегии бенчмаркинга

4. КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ)

4.1. Текущий контроль успеваемости

1 семестр

Форма реализации: Письменная работа

1. Инструменты бенчмаркинга (Тестирование)
2. Конкурентный и стратегический бенчмаркинг (Контрольная работа)
3. Теоретические основы бенчмаркинга (Тестирование)
4. Формирование стратегии бенчмаркинга (Контрольная работа)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине

Экзамен (Семестр №1)

Согласно Положению о промежуточной аттестации

В диплом выставляется оценка за 1 семестр.

Примечание: Оценочные материалы по дисциплине приведены в фонде оценочных материалов ОПОП.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Печатные и электронные издания:

1. Данилов, И. П. Бенчмаркинг как основа создания конкурентоспособного предприятия / И. П. Данилов, Т. В. Данилова ; Науч. ред. С. Ю. Михайлова. – М. : Стандарты и качество, 2005. – 72 с. – (Деловое совершенство). – ISBN 5-949380-31-2.;
2. А. М. Чернопятов- "Бенчмаркинг", Издательство: "Директ-Медиа", Москва, Берлин, 2018 - (154 с.)
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496622>;
3. Черепанов А. В.- "Бенчмаркинг системы управления персоналом", Издательство: "НГАУ", Новосибирск, 2021 - (176 с.)
<https://e.lanbook.com/book/257678>.

5.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

1. СДО "Прометей";
2. Office / Российский пакет офисных программ;
3. Windows / Операционная система семейства Linux;
4. Яндекс Браузер.

5.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. ЭБС Лань - <https://e.lanbook.com/>
2. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" - http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
3. Научная электронная библиотека - <https://elibrary.ru/>
4. Национальная электронная библиотека - <https://rusneb.ru/>

5. Электронная библиотека МЭИ (ЭБ МЭИ) - <http://elib.mpei.ru/login.php>

6. Открытая университетская информационная система «РОССИЯ» - <https://uisrussia.msu.ru>

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тип помещения	Номер аудитории, наименование	Оснащение
Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля	К-517, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры МЭП	кресло рабочее, стол преподавателя, стул, вешалка для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, экран интерактивный, доска маркерная, компьютер персональный, кондиционер, мел, маркер, стилус
Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП	К-517, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры МЭП	кресло рабочее, стол преподавателя, стул, вешалка для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, экран интерактивный, доска маркерная, компьютер персональный, кондиционер, мел, маркер, стилус
Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации	К-517, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры МЭП	кресло рабочее, стол преподавателя, стул, вешалка для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, экран интерактивный, доска маркерная, компьютер персональный, кондиционер, мел, маркер, стилус
Помещения для самостоятельной работы	НТБ-302, Читальный зал отдела обслуживания учебной литературой	стул, стол письменный, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный
Помещения для консультирования	К-517, Аудитория для проведения интерактивных занятий кафедры МЭП	кресло рабочее, стол преподавателя, стул, вешалка для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, экран интерактивный, доска маркерная, компьютер персональный, кондиционер, мел, маркер, стилус
Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря	К-521, Хозяйственное помещение кафедры МЭП	стеллаж, хозяйственный инвентарь, запасные комплектующие для оборудования

БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ**Бенчмаркинг**

(название дисциплины)

1 семестр**Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:**

КМ-1 Теоретические основы бенчмаркинга (Тестирование)

КМ-2 Инструменты бенчмаркинга (Тестирование)

КМ-3 Конкурентный и стратегический бенчмаркинг (Контрольная работа)

КМ-4 Формирование стратегии бенчмаркинга (Контрольная работа)

Вид промежуточной аттестации – Экзамен.

Номер раздела	Раздел дисциплины	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
		Неделя КМ:	4	8	12	15
1	Задачи и виды бенчмаркинга					
1.1	Понятие и виды бенчмаркинга		+			
1.2	Развития бенчмаркинга в мире		+			
2	Уровни бенчмаркинга					
2.1	Конкурентоспособность страны, региона и отрасли			+		
2.2	Конкурентоспособность компании			+		
2.3	Конкурентоспособность товара и персонала			+		
3	Оценка конкурентов компании					
3.1	Выбор основных конкурентов				+	
3.2	Направления анализа конкурентов				+	
3.3	Конкурентный анализ				+	
4	Матрицы бенчмаркинга					
4.1	Матрица 7P и матрица Портера					+
4.2	Матрица SWOT и PEST анализ					+
4.3	Матрица McKinseyGE, ADL и Ансоффа					+

Bec KM, %:	25	25	25	25
------------	----	----	----	----