

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»
(РУТ (МИИТ))



Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
высшего образования - программы магистратуры
по направлению подготовки
38.04.02 Менеджмент,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Бенчмаркинг в проектном управлении

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Управление проектами

Форма обучения: Заочная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде
электронного документа выгружена из единой
корпоративной информационной системы управления
университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 314524
Подписал: заведующий кафедрой Федякин Иван
Владимирович
Дата: 01.06.2021

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целями освоения дисциплины являются формирование у студентов понимания основных положений, категорий и закономерностей бенчмаркинга как современного научного направления, рассмотрение главных подходов к формированию комплексной программы повышения конкурентоспособности фирм с точки зрения как новой парадигмы маркетинговой деятельности, а также применение бенчмаркинг подхода к управлению бизнес-процессом в различных сферах экономики.

Задачами освоения дисциплины является формирование у обучающихся

- формирование знаний о системе и принципах бенчмаркинга;

- изучение основных методов и приемов бенчмаркинга;

- изучение роли бенчмаркинга в системе экономической безопасности;

- формирование понимания процесса непрерывного совершенствования деятельности организации;

- формирование умения исследовать внутренней и внешней среды организации,

- выявления возможностей совершенствования;

- формирование способностей выявлять инновации, возможности их применения для обеспечения конкурентоспособности;

- формирование навыков адаптации организационно-управленческих инноваций, передовых достижений в своей или близких отраслях, к условиям организации.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

ПК-2 - Способен разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию

ПК-3 - Способен обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

Знать

основы методологии исследования опыта компаний; ресурсы и процессы в области разведывательной, аналитической и

контрразведывательной деятельности; принципы и технологию сбора необходимой информации по инновациям; источники информации и способы их верификации; 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-лидеров; методами выявления инновационных подходов к управлению; навыками сбора и анализа информации об инновациях в менеджменте; методами оценки экономической и социальной эффективности применения инноваций; навыками адаптации нововведений к реальным условиям компании.

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единиц (108 академических часа(ов)).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов		
	Всего	Семестр	
		№1	№2
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	14	14	0
В том числе:			
Занятия лекционного типа	4	4	0
Занятия семинарского типа	10	10	0

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с

педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 94 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

4. Содержание дисциплины (модуля).

4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	Тема 1. Основные понятия и классификация бенчсистем в маркетинге. Основные понятия: социальные технологии и маркетинговые технологии. Природа маркетинговых технологий. Классификация технологических систем в маркетинге: экономических (реинжиниринг, аудитинг, бизнес – план и др.), социотехнологий (PR, реклама, брендинг, маркетинг событий, маркетинг отношений и др.).
2	Тема 2. Анализ эффективности бенчсистем: социальная ответственность и социальное партнерство в маркетинге. Методы организации управления маркетинга. Технологии социальной ответственности и социального партнерства. Маркетинг партнерских отношений. Методология анализа. Факторы, снижающие эффективность маркетинговых технологий. Методы адаптации зарубежного опыта в российских условиях. STEP – факторы, SWOT – анализ. Директ – маркетинг. Причины и особенности искажения международного опыта в России
3	Тема 3. Маркетинговые прогностические бенчсистемы. Предмет, особенности и основные принципы прогнозирования конъюнктуры. Методы прогнозирования потребностей и спроса. Методы оценки и выбора альтернатив, системно – логические и интуитивно – творческие методы. Социокультурные, политические и психологические модели и технологии рыночной деятельности в России.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Тема 1. Подготовить основные понятия и классификацию бенчсистем в маркетинге: экономические (реинжиниринг, аудитинг, бизнес – план и др.), социотехнологии (PR, реклама, брендинг, маркетинг событий, маркетинг отношений и др.).
2	Тема 2.

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	Проводится анализ эффективности бенчсистем: социальная ответственность и социальное партнерство в маркетинге. Решается кейс-задание по исследованию STEP – факторов и выполнению SWOT – анализа.
3	Тема 3. Исследуются маркетинговые прогностические бенчсистемы. Решается кейс-задание по оценке и выбору альтернатив на основе использования системно – логических и интуитивно – творческих методов, а так же социокультурных, политических и психологических модели и технологий рыночной деятельности.
4	Тема 4. Изучается специфика бенчтехнологий в отраслях и сферах деятельности. Решается кейс задание по сравнительному анализу коммерческого и некоммерческого маркетинга, маркетинга промышленной продукции, услуг, идей, событий и отношений.
5	Тема 5. Изучаются инновационные технологии в бенчмаркетинге. Решается кейс-задание по организации маркетинговой деятельности в условиях парадоксов и кризисов.

Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям
2	Работа с лекционным материалом
3	Работа с литературой
4	Подготовка к промежуточной аттестации.
5	Подготовка к текущему контролю.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Бенчмаркинг как инструмент оценки эффективности системы внутреннего контроля : монография Л. В. Донцовой Москва , 2016	Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/150215
2	Конкурентные преимущества и бенчмаркинг Ю. Н. Соловьева Издательство Юрайт , 2021	

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ):<http://library.miiit.ru> Федеральная служба государственной статистики:<https://www.gks.ru> Официальный сайт Международного валютного

фонда: <https://www.imf.org/> Официальный сайт Банка
России: <https://www.cbr.ru/> Финансовый портал «Финам.ру»:
<https://www.finam.ru/>

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Офисный пакет приложений Microsoft Office

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Лекция – мультимедиа, практика – мультимедиа Для проведения аудиторных занятий необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой.

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет во 2 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы

Доцент, доцент, к.н. кафедры
«Психология, социология,
государственное и муниципальное
управление»

Макаров Олег
Николаевич

Лист согласования

Заведующий кафедрой СТ
Председатель учебно-методической
комиссии

И.В. Федякин

М.В. Ишханян