



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ ДВАЖДЫ ГЕРОЯ
СОВЕТСКОГО СОЮЗА, ЛЕТЧИКА-КОСМОНАВТА А.А. ЛЕОНОВА»

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора

_____ А.В. Троицкий

« ____ » _____ 2023 г.

***ИНСТИТУТ РАКЕТНО-КОСМИЧЕСКОЙ
ТЕХНИКИ И ТЕХНОЛОГИИ МАШИНОСТРОЕНИЯ***

КАФЕДРА УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ И СТАНДАРТИЗАЦИИ

**МОДУЛЬ
«МЕТОДЫ И СРЕДСТВА ОРГАНИЗАЦИИ
УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ
«БЕНЧМАРКИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ
УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ И ИННОВАЦИЯМИ»**

Направление подготовки: 27.03.02 *Управление качеством*

Профиль: *Управление качеством в машиностроении*

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, заочная*

Королев
2023

Рабочая программа является составной частью основной профессиональной образовательной программы и проходит рецензирование со стороны работодателей в составе основной профессиональной образовательной программы. Рабочая программа актуализируется и корректируется ежегодно.


Автор: Юров В.М. Рабочая программа дисциплины: «Бенчмаркинг как инструмент управления качеством и инновациями» – Королев МО: «Технологический университет», 2023

Рецензент: к.т.н., доц. Воейко О.А.

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки бакалавров 27.03.02 Управление качеством и Учебного плана, утвержденного Ученым советом Университета.

Протокол № 9 от 11.04.2023г.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры:

Заведующий кафедрой (ФИО, ученая степень, звание, подпись)	Воейко О.А. к.т.н., доцент 	Воейко О.А. к.т.н., доцент		
Год утверждения (переподтверждения)	2022	2023	2024	2025
Номер и дата протокола заседания кафедры	№11 от 28.03.2023			

Рабочая программа согласована:

Руководитель ОПОП ВО  Ю.С. Попова к.э.н.

Рабочая программа рекомендована на заседании УМС:

Год утверждения (переподтверждения)	2022	2023	2024	2025
Номер и дата протокола заседания УМС	№ 5 от 11.04.2023			

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Целью изучения дисциплины является

- 1) обучение студентов методам бенчмаркинга и приобретения опыта их применения в практической деятельности;
- 2) развитие творческой самостоятельности студентов.

В процессе обучения студент приобретает и совершенствует следующие компетенции.

Профессиональные компетенции (ПК):

- ПК-2 Способен анализировать информацию, полученную на различных этапах производства продукции, работ (услуг) по показателям качества.
- ПК-4 Способен проектировать и разрабатывать конструкторскую документацию на специальную оснастку для контроля и испытаний.

Основными задачами дисциплины являются:

1. Изучение видов и методов бенчмаркинга;
2. Изучения опыта применения бенчмаркинга в области управления качеством и инновациями;
3. Развитие способностей к восприятию, обобщению и анализу информации;
4. Приобретение практического опыта проведения бенчмаркинга;
5. Формирование у студента мотивации к выполнению профессиональных обязанностей, понимания значимости своей будущей профессии

Показатель освоения компетенции отражают следующие индикаторы:

Трудовые действия:

- Владеть навыками составления отчетов по показателям качества, характеризующих разрабатываемую и выпускаемую продукцию, работы (услуги).
- Владеть правилами разработки технических заданий на проектирование специальной оснастки для контроля и испытаний

Необходимые умения:

- Уметь собирать и обрабатывать данные по показателям качества, характеризующих разрабатываемую и выпускаемую продукцию, работы (услуги) для различных этапов жизненного цикла изделий.
- Уметь анализировать потребности производства в новых методиках, методах и средствах контроля и возможности их внедрения на предприятии.

Необходимые знания:

- Знать актуальную нормативную документацию в области управления качеством при проектировании продукции (оказании услуг).
- Знать нормативные и методические документы, регламентирующие вопросы качества продукции.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Бенчмаркинг как инструмент управления качеством и инновациями» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений основной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров 27.03.02 Управление качеством.

Дисциплина реализуется кафедрой управления качеством и стандартизации.

Изучение данной дисциплины базируется на ранее изученных дисциплинах «Введение в профессию», «Консалтинг в управлении качеством и инновациями» и компетенциях ОПК-3, ОПК-5, ПК-2, ПК-4.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми для изучения дисциплин: «Инжиниринг и реинжиниринг качества», и выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

3. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины для обучающихся очной и заочных форм обучения составляет **3** зачетные единицы, **108** часов.

Таблица 1

Виды занятий	Всего часов	Семестр ...	Семестр 5	Семестр ...	Семестр ...
Общая трудоемкость	108		108	108	
ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ					
Аудиторные занятия	32		32		
Лекции (Л)	16		16		
Практические занятия (ПЗ)	16		16		
Лабораторные работы (ЛР)	-		-		
Практическая подготовка	-		-		
Самостоятельная работа	76		76		
Курсовые работы	-		-		
Расчетно-графические работы	-		-		
Контрольная работа, домашнее задание	К.Р.		+		
Текущий контроль знаний (7 - 8, 15 - 16 недели)	Тест		+		
Вид итогового контроля	Зачет / экзамен		Зачет		

Виды занятий	Всего часов	Курс ...	Курс ...	Курс 3	Курс ...
ЗАОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ					
Аудиторные занятия	12			12	
Лекции (Л)	4			4	
Практические занятия (ПЗ)	8			8	
Лабораторные работы (ЛР)	-			-	
Практическая подготовка	-			-	
Самостоятельная работа	96			96	
Курсовые работы	-			-	
Расчетно-графические работы	-			-	
Контрольная работа, домашнее задание	К.Р.			+	
Вид итогового контроля	Зачет / экзамен			Зачет	

4. Содержание дисциплины (модуля)

4.1. Темы дисциплины и виды занятий

Таблица 2

Наименование тем	Лекции, час. очное/ заочное	Практические занятия, час очное/заочное	Лабораторные занятия, час очное/заочное	Занятия в интерактивной форме, час очное/заочное	Практическая подготовка, час очное/заочное	Код компетенций
Тема 1. Введение. Основные понятия. Сотрудничество и конкуренция.	2/0,5	-	-	-	-	ПК-2
Тема 2. Виды и объекты бенчмаркинга	2/0,5	2/1	-	2/1	-	ПК-2
Тема 3. Функционирование бенчмаркинга	2/-	2/1	-	2/1	-	ПК-2
Тема 4. Бенчмаркинг на основе самооценки	2/1	4/2		2/1	-	ПК-2
Тема 5. Конкурентная разведка - понятие, организация и методы	2/-	2/1	-	-	-	ПК-2
Тема 6. Этапы подготовки и проведения бенчмаркинга	2/1	2/1	-	-	-	ПК-2
Тема. 7 Методы анализа и применения бенчмаркинг-овой информации	2/1	2/1	-	2/1	-	ПК-2 ПК-4

Тема 8. Адаптация и применение результатов исследования	2/-	2/1	-	1/-	-	ПК-2 ПК-4
Итого:	16/4	16/8	-	9/4	-	

4.2 Содержание тем дисциплины

Тема 1. Введение. Основные понятия. Сотрудничество и конкуренция.

Предмет и задачи курса «Бенчмаркинг как этап управления качеством и инновациями».

Эволюция и причины проведения бенчмаркинга. Сущность БМ.

Место бенчмаркинга в управления качеством и инновациями на предприятии. Функции бенчмаркинга. Сотрудничество и конкуренция.

Тема 2. Виды и объекты бенчмаркинга

Объекты бенчмаркинга: процессы, затраты, функции, стратегии, показатели, товары, услуги, потребители.

Классификации видов бенчмакинга: по поколениям; в зависимости от того, с кем проводится сравнение и что сравнивается; по местоположению эталона сравнения; по объектам и др.

Применение видов бенчмаркинга в зависимости от понимания и отношения предприятий к качеству. Комбинация разных видов БМ.

Модели проведения партнерского БМ. Внешний индивидуальный бенчмаркинг. Особенности конкурентного БМ. Внутренний бенчмаркинг.

Тема 3. Функционирование бенчмаркинга

Факторы успеха бенчмаркинга: объективные, субъективные, общие.

Гарантии в бенчмаркинговом альянсе. Основные принципы бенчмаркинга: взаимность, аналогия, измерение, достоверность. Кодекс поведения, основанный на законности, обмене и конфиденциальности.

Цели и предпосылки применения бенчмаркинга. Критерии выбора партнеров для БМ. Выбор предмета (тем) для исследования.

Тема 4. Бенчмаркинг на основе самооценки

Самооценка предприятия: понятие, цели, задачи. Модели самооценки деятельности предприятия на основе премий: модель делового совершенства EFQM, японская премия Э. Деминга, национальная премия США по качеству им. М. Болбриджа, премия правительства РФ в области качества. Методы самооценки деятельности организации.

Проведение бенчмаркинга на основе самооценки организации по критериям премии Правительства РФ в области качества»

Тема 5. Конкурентная разведка - понятие, организация и методы

Конкурентная и деловая разведка, промышленный шпионаж: понятие, цели, задачи. Законодательные акты, регулирующие деятельность по сбору и анализу информации о конкурентах в РФ.

Мониторинг конкурентов. Создание баз данных о конкурентах. Защита данных.

Методы сбора информации о конкурентах. Методы получения первичной информации о конкуренте. Методы кабинетного исследования

Тема 6. Этапы подготовки и проведения бенчмаркинга

Этапы процесса бенчмаркинга. «Колесо бенчмаркинга».

Роль руководства в процессе бенчмаркинга. Целеполагание.

Выбор показателей для сравнения. Анализ показателей работы своего предприятия и выбор объекта бенчмаркинга. Планирование и организация бенчмаркинг-исследования. Установление партнера. Определение метода сбора данных, сбор данных. Создание базы данных.

Тема 7. Методы анализа и применения бенчмаркинг-информации

Общая характеристика процесса анализа.

Метод внутривидового бенчмаркинга Ф. Ковалева. Методы поиска причин различной эффективности изучаемого процесса в сравниваемых компаниях: анализа трендов, диаграмма «паутина», матрица показателей, метод тестирования критериев, метод структурирования функций качества.

Комплексные методы: SWOT - анализ, сбалансированная система показателей, методология ABC-ABB-ABM.

Тема 8. Адаптация и применение результатов исследования

Обучение при помощи анализа превосходства. Этапы обучения.

Сообщение о результатах исследований в организации. Пересмотр установленных целей и оперативных планов. Графическое представление результатов.

Осуществление действий на основе проведенных исследований. Разработка плана действий. Осуществление изменений, мониторинг результатов. Повторная проверка контрольных точек бенчмаркинга.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

1. «Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)».
2. ФОС.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Структура фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведена в Приложении 1.

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

Основная литература:

1. Абаев А.Л. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : Учебник. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2019. - 433 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-03141-0. URL: <http://znanium.com/go.php?id=1045616>
2. Секерин, Владимир Дмитриевич. Инновационный маркетинг : Учебник. - 1. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019. - 237 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-16-011323-4. URL: <http://znanium.com/go.php?id=1002708>
3. Маркетинг / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева ; Р.К. Цахаев; Т.В. Муртузалиева. - 5-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2021. - 550 с. - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-03478-7 URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684283>

Дополнительная литература:

1. Глоссарий по управлению качеством и инновациями [Текст] : учебное пособие / Под ред. Т.Е. Старцевой. - Королев М.О. : МГОТУ : Канцлер, 2017. - 318 с. - ISBN 978-5-91730-713-8
2. Токарев Б. Е. Маркетинг инновационно-технологических стартапов : от технологии до коммерческого результата. - 1. - Москва ; Москва : Издательство "Магистр" : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019. - 264 с. - 2.3. Профессиональное. - ISBN 9785977604727. URL: <http://znanium.com/go.php?id=505620>.
3. Управление качеством / Е. Н. Михеева, М. В. Сероштан; Е.Н. Михеева; М.В. Сероштан. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 531 с. - ISBN 978-5-394-01078-1. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454086>.

Электронные книги:

1. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=430453>. Годин, А. М. Маркетинг [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / А. М. Годин. - 10-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2013. - 656 с.
2. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=86496&sr=1>. Андреев К. В. Бенчмаркинговое исследование. Лаборатория книги, 2010.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.biblioclub.ru>
2. <http://znanium.com>
3. <http://benchmarking.com>
4. <http://benchmarking.ru>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) приведены в Приложении 2.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень программного обеспечения: MS Office, PowerPoint, Excel.

Электронные ресурсы образовательной среды «УНИВЕРСИТЕТА».

1. www.biblioclub.ru
2. www.znanium.com

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

Лекционные занятия:

- аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран);
- комплект электронных презентаций;
- комплект записей лекций для дистанционного обучения.

Практические работы:

- лаборатория кафедры управление качеством и стандартизации, оснащенная проектором, электронной доской, компьютерами с программным обеспечением, приведенным в п.10.

Прочее:

- рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет;
- рабочие места обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет.

**ИНСТИТУТ РАКЕТНО-КОСМИЧЕСКОЙ
ТЕХНИКИ И ТЕХНОЛОГИИ МАШИНОСТРОЕНИЯ**

КАФЕДРА УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ И СТАНДАРТИЗАЦИИ

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕ-
ЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
(МОДУЛЮ)**

**«БЕНЧМАРКИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ
КАЧЕСТВОМ И ИННОВАЦИЯМИ»**

Направление подготовки: 27.03.02 Управление качеством

Профиль: Управление качеством в машиностроении

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная, заочная

Королев
2023

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

№ п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)*	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции (или ее части), обучающийся должен:		
				Трудовые действия	Необходимые умения	Необходимые знания
1	ПК-2	Способен анализировать информацию, полученную на различных этапах производства продукции, работ (услуг) по показателям качества	Темы 1-8	Владеть навыками составления отчетов по показателям качества, характеризующих разрабатываемую и выпускаемую продукцию, работы (услуги).	Уметь собирать и обрабатывать данные по показателям качества, характеризующих разрабатываемую и выпускаемую продукцию, работы (услуги) для различных этапов жизненного цикла изделий.	Знать актуальную нормативную документацию в области управления качеством при проектировании продукции (оказании услуг).
2	ПК-4	способен проектировать и разрабатывать конструкторскую документацию на специальную и оснастку для контроля и испытаний).	Тема 7 Тема 8	Владеть правилами разработки технических заданий на проектирование специальной оснастки для контроля и испытаний	Уметь анализировать потребности производства в новых методиках, методах и средствах контроля и возможности их внедрения на предприятии.	Знать нормативные и методические документы, регламентирующие вопросы качества продукции

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Инструмент, оценивающий сформированность компетенции	Этапы и показатели оценивания компетенции	Критерии оценивания компетенции на различных этапах формирования и шкалы оценивания
ПК-2	Доклад в форме презентации	<p>А) полностью сформирована (компетенция освоена на высоком уровне) – 5 баллов</p> <p>Б) частично сформирована:</p> <ul style="list-style-type: none"> • компетенция освоена на продвинутом уровне – 4 балла; • компетенция освоена на базовом уровне – 3 балла; <p>В) не сформирована (компетенция не сформирована) – 2 и менее баллов</p>	<p>Проводится в письменной и/или устной форме.</p> <p>Критерии оценки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Соответствие содержания доклада заявленной тематике (1 балл). 2. Качество источников и их количество при подготовке работы (1 балл). 3. Владение информацией и способность отвечать на вопросы аудитории (1 балл). 4. Качество самой представленной работы (1 балл). 5. Оригинальность подхода и всестороннее раскрытие выбранной тематике (1 балл). <p>Максимальная сумма баллов - 5 баллов.</p>
ПК-5	Реферат	<p>А) полностью сформирована (компетенция освоена на высоком уровне) – 5 баллов</p> <p>Б) частично сформирована:</p> <ul style="list-style-type: none"> • компетенция освоена на продвинутом уровне – 4 балла; • компетенция освоена на базовом уровне – 3 балла; 	<p>Проводится в письменной форме.</p> <p>Критерии оценки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Соответствие содержания реферата заявленной тематике (1 балл). 2. Качество источников и их количество при подготовке работы (1 балл). 3. Владение информацией и способность отвечать на вопросы аудитории (1 балл). 4. Качество самой представленной работы (1 балл). 5. Оригинальность подхода и всестороннее раскрытие выбранной тематике (1 балл). <p>Максимальная сумма баллов - 5 баллов.</p>

		В) не сформирована (компетенция не сформирована) – 2 и менее баллов	
--	--	---	--

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Тематика докладов в презентационной форме:

1. Понятие бенчмаркинга и его классификация.
2. Цели и задачи бенчмаркинговых исследований.
3. Бенчмаркинг и маркетинговые исследования.
4. История возникновения бенчмаркинга.
5. Бенчмаркинг в зарубежных странах.
6. Особенности бенчмаркинга в России.
7. Сотрудничество и конкуренция на современном этапе развития экономики.
8. Определение приоритетных конкурентных инициатив.
9. Создание баз данных о покупателях и конкурентах, и организация их защиты.
10. Оценка покупателя и конкурента. Выбор критериев принятия решений.
11. Конкурентная разведка и промышленный шпионаж.

Тематика рефератов

1. Бенчмаркинг в управлении качеством продукции.
2. Бенчмаркинг как и система делового совершенства. Использование принципов бенчмаркинга в оценке эффективности систем менеджмента качества.
3. Организация стратегического управления на предприятии.
4. Основные принципы эффективного контроля в организации.
5. Внутренний маркетинг в менеджменте качества.
6. Мотивация персонала в управлении качеством.
7. Бенчмаркинг в сфере услуг.
8. Понятие, цели и задачи бенчмаркинга.
9. Бенчмаркинг уровня обслуживания клиентов.
10. Бенчмаркинг имиджа.
11. Бенчмаркинг в системе управления маркетинговой деятельностью предприятия.
12. Оценка эффективности маркетинговых решений в деятельности предприятия.

13. Конкурентный бенчмаркинг.
 14. Бенчмаркинг в сфере образовательных услуг.
 15. Бенчмаркинг в финансовой деятельности.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Формой контроля знаний по дисциплине «Бенчмаркинг как инструмент управления качеством и инновациями» являются две текущие аттестации в виде тестов и одна аттестация в виде зачёта в устной форме в конце семестра обучения.

Неделя текущего контроля	Вид оценочного средства	Код компетенций, оценивающий знания, умения, навыки	Содержание оценочного средства	Требования к выполнению	Срок сдачи (неделя семестра)	Критерии оценки по содержанию и качеству с указанием баллов
Проводится в сроки, установленные графиком образовательного процесса	тестирование	ПК-2 ПК-4	20 вопросов	Компьютерное тестирование; время, отведенное на процедуру - 30 минут	Результаты тестирования предоставляются в день проведения процедуры	Критерии оценки определяются процентным соотношением. Не явка - 0 Удовлетворительно - от 51% правильных ответов. Хорошо - от 70%. Отлично - от 90%. Максимальная оценка - 5 баллов.
Проводится в сроки, установленные графиком образовательного процесса	тестирование	ПК-2 ПК-4	20 вопросов	Компьютерное тестирование; время, отведенное на процедуру - 30 минут	Результаты тестирования предоставляются в день проведения процедуры	Критерии оценки определяются процентным соотношением. Не явка - 0 Удовлетворительно - от 51% правильных ответов. Хорошо - от 70%.

						Отлично – от 90%. Максимальная оценка – 5 баллов.
Проводится в сроки, установленные графиком образовательного процесса	зачёт	ПК-2 ПК-4	2 вопроса	Зачет проводится в устной форме, путем ответа на вопросы. Время отведенное на процедуру – 20 минут.	Результаты предоставляются в день проведения экзамена	<p>«Зачтено»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • знание основных понятий предмета; • умение использовать и применять полученные знания на практике; • работа на семинарских занятиях; • знание основных научных теорий изучаемых предметов; • ответ на вопросы билета. <p>«Не зачтено»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • демонстрирует частичные знания по темам дисциплин; • незнание основных понятий предмета; • неумение использовать и применять полученные знания на практике; • не работал на семинарских занятиях; • не отвечает на вопросы.

Итоговое начисление баллов по дисциплине осуществляется в соответствии с разработанной и внедренной балльно-рейтинговой системой контроля и оценивания уровня знаний и внеучебной созидательной активности обучающихся, согласно приказу «О внедрении новой балльно-рейтинговой системы

контроля и оценивания уровня знаний и внеучебной созидательной активности обучающихся».

4.1. Тесты

1. Бенчмаркинг - это:

искусство обнаружения того, что другие делают лучше;
усовершенствование и применение лучших технологий;
современная форма экономического шпионажа;
совокупность стандартизированных параметров экономической деятельности;
правильного ответа нет.

2. Какой из ниже перечисленных методов, не является методом управления созданием и освоением инновации на различных этапах жизненного цикла продукции

функционально-стоимостный анализ;
метод бенчмаркинга;
метод QFD- перенесение потребностей потребителей на продукцию;
метод FMEA — анализ потенциальных дефектов и учет их влияния при проектировании изделия;
интегральный метод.

3. Как Вы понимаете метод Бенчмаркинга —

это метод комплексного инновационного исследования объекта с целью развития его полезных функций при оптимальном соотношении между значимостью для потребителя и затратами на их осуществление;

представляет систематическую деятельность, направленную на поиск, оценку и учебу на лучших примерах конкурентных компании, независимо от географического положения, сферы бизнеса и его размеров;

это метод, направленный на внедрение новых идей, научных знаний, технологий и видов продукции в различные области производства и сферы управления обществом;

это конечный результат интеллектуального творческого труда, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного товара, либо нового или усовершенствованного технологического процесса;

составная часть социально-экономической политики, направленная на развитие и стимулирование инновационной деятельности.

4. Инжиниринг бизнеса – это

набор многих приемов и методов, которые компания использует для проектирования и развития бизнеса в соответствии со своими целями;

представляет систематическую деятельность, направленную на поиск, оценку и учебу на лучших примерах конкурентных компании;

это метод, направленный на внедрение новых идей, научных знаний, технологий и видов продукции в различные области производства;

это конечный результат интеллектуального творческого труда.

5. Реинжиниринг бизнеса — это

фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование деловых процессов для достижения резких, скачкообразных улучшений современных показателей деятельности компаний, таких как стоимость, качество, сервис и темпы»;

систематическая деятельность, направленная на поиск, оценку и учебу на лучших примерах конкурентных компаний;

метод, направленный на внедрение новых идей;

конечный результат интеллектуального творческого труда.

стратегия диверсификации производства.

6. Бенчмаркинг используется, когда маркетологи хотят:

исследовать технологии производства и сбыта продукции на лучших предприятиях;

проанализировать преимущества в своем секторе рынка;

ответы 1 и 2;

исследовать панели потребителей.

7. Бенчмаркинг, при котором собственные продукцию, услуги и технологию сравнивают с продукцией, услугами и технологией компаний добившихся выдающихся успехов в избранных отраслях; сравнение необязательно ограничивается той отраслью, в которой специализируется оцениваемая компания - называется:

внешний;

внутренний;

общий;

функциональный.

8. Бенчмаркинг, при котором компания сравнивается с организациями, действующими в той же отрасли называется:

внешний;

внутренний;

общий;

функциональный.

9. Бенчмаркинг, при котором сравнительный анализ проводят в рамках собственной компании называется:

внутренний;

общий;

внешний;

функциональный.

10. Бенчмаркинг, при котором проводится сравнение компании с непрямymi конкурентами по выбранным параметрам называется

внутренний;

общий;

внешний;

функциональный.

5.2. Вопросы, выносимые на зачет

1. Понятие, виды и объекты бенчмаркинга.
2. Модели проведения бенчмаркинга.
3. Внешний партнерский бенчмаркинг.
4. Внешний индивидуальный бенчмаркинг.
5. Внутренний бенчмаркинг.
6. Факторы успеха БМ.
7. Выбор партнеров для БМ.
8. Принципы бенчмаркинга.
9. Кодекс поведения в бенчмаркинге.
10. Методики проведения БМ.
11. Предпосылками применения бенчмаркинга и выбор темы для исследования.
12. Методы самооценки деятельности организации.
13. Проведение бенчмаркинга на основе самооценки организации по критериям премии Правительства РФ в области качества»
14. Деловая и конкурентная разведка в БМ.
15. Методы сбора информации о своей компании.
16. Методы сбора информации о конкурентах.
17. Сбор информации о партнерах.
18. Количественный метод обработки и анализа БМ информации.
19. Опыт проведения и государственной поддержки БМ в Великобритании.
20. Метод Ковалева.
21. Методы анализа и применения информации в процессном БМ.
22. Методы анализа и применения информации в стратегическом БМ.

***ИНСТИТУТ РАКЕТНО-КОСМИЧЕСКОЙ
ТЕХНИКИ И ТЕХНОЛОГИИ МАШИНОСТРОЕНИЯ***

КАФЕДРА УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ И СТАНДАРТИЗАЦИИ

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕ-
НИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«БЕНЧМАРКИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ
КАЧЕСТВОМ И ИННОВАЦИЯМИ»**

Направление подготовки: 27.03.02 Управление качеством

Профиль: Управление качеством в машиностроении

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная, заочная

Королев
2023

1. Общие положения

Цель дисциплины:

1. Обучение студентов методам бенчмаркинга и приобретения опыта их применения в практической деятельности;
2. Развитие творческой самостоятельности студентов.

Задачи дисциплины:

1. Изучение видов и методов бенчмаркинга;
2. Изучения опыта применения бенчмаркинга в области управления качеством и инновациями;
3. Развитие способностей к восприятию, обобщению и анализу информации;
4. Приобретение практического опыта проведения бенчмаркинга;
5. Формирование у студента мотивации к выполнению профессиональных обязанностей, понимания значимости своей будущей профессии

2. Указания по проведению практических (семинарских) занятий

Практическое занятие 1

Вид практического занятия: *смешанная форма практического занятия.*

Образовательные технологии: *групповая дискуссия.*

Тема и содержание практического занятия: **Виды и объекты бенчмаркинга**
Партнерский БМ. Модели проведения партнерского БМ. Особенности конкурентного БМ. Особенности проведения внутреннего бенчмаркинга. Бенчмаркинг параметров продуктов. Бенчмаркинг качества продуктов. Бенчмаркинг уровня обслуживания клиентов.

Продолжительность занятия – 2/1 ч.

Практическое занятие 2

Функционирование бенчмаркинга

Вид практического занятия: *практическая работа в группе.*

Образовательные технологии: *групповая дискуссия.*

Тема и содержание практического занятия: **Функционирование бенчмаркинга.**

Сотрудничество и конкуренция на современном этапе развития экономики. Современные конкуренты. Критерии выбора партнеров для БМ. Основные принципы проведения партнерского бенчмаркинга. Кодекс поведения, основанный на законности, обмене и конфиденциальности. Зарубежный опыт государственной поддержки малого и среднего бизнеса в организации и проведении бенчмаркинга.

Продолжительность занятия– 2/1 ч.

Практическое занятие 3

Вид практического занятия: *практическая работа в группе.*

Образовательные технологии: самостоятельное решение и групповое обсуждение результатов.

Тема и содержание практического занятия: **Бенчмаркинг изделия.**

Изучение методических рекомендаций по выполнению бенчмаркинга изделий. Составление анкеты для проведения БМ. Заполнение анкеты. Определение итоговых оценок по каждому критерию. Определение относительной важности процессов повышения менеджмента качества на основе итоговых оценок. Выводы по результатам самооценки.

Продолжительность занятия – 4/2 ч.

Практическое занятие 4

Вид практического занятия: *практическая работа в группе.*

Образовательные технологии: самостоятельное решение и групповое обсуждение результатов.

Тема и содержание практического занятия: **Бенчмаркинг на основе самооценки.**

Построение шкалы показателей, отражающих оценочные свойства изделий. Построение площадного графика - “розы”. Оценка технического уровня изделий (ТУИ). Ранжирование анализируемых объектов в порядке уменьшения значений ТУИ. Выводы по результатам ооценки.

Продолжительность занятия – 2/1 ч.

Практическое занятие 5

Вид практического занятия: *практическая работа в группе.*

Образовательные технологии: самостоятельное выполнение задания и групповое обсуждение результатов.

Тема и содержание практического занятия: **Конкурентная разведка - понятие, организация и методы.**

Создание баз данных о покупателях и конкурентах и организация их защиты. Конкурентная и деловая разведка. Анализ основных источников получения конкурентной информации. Способы сбора информации. Оценка достоверности информации. Сбор информации на основе анализа подконтрольных и неподконтрольных конкуренту интернет-ресурсов

Продолжительность занятия – 2/1 ч.

Практическое занятие 6

Вид практического занятия: *смешанная форма практического занятия.*

Образовательные технологии: самостоятельное выполнение задания и групповое обсуждение результатов.

Тема и содержание практического занятия: **Критерии и показатели для сравнения при проведении бенчмаркинга**

Изучение ГОСТ Р ИСО 17258-2015. Виды и описание критериев для проведения бенчмаркинга. Количественные показатели критериев.

Используя ГОСТ заполнить таблицу критериев и подкритериев .

Продолжительность занятия– 2/1 ч.

Практическое занятие 7

Вид практического занятия: *смешанная форма практического занятия.*

Образовательные технологии: самостоятельное выполнение задания и групповое обсуждение результатов.

Тема и содержание практического занятия: **Методы анализа и применения бенчмаркинговой информации**

Построение матрицы приоритетов по улучшению процессов производителя.

Построение матрицы тестирования критериев. На основе построенной матрицы определение бизнес-процессов для совершенствования.

Продолжительность занятия – 2/1 ч.

3. Указания по проведению лабораторного практикума

Не предусмотрен учебным планом.

4. Указания по проведению самостоятельной работы студентов

№ п/п	Наименование блока (раздела) дисциплины	Виды СРС
1.	Типы и объекты бенчмаркинга. Функционирование бенчмаркинга	Самостоятельное изучение вопросов по теме. Подготовка докладов: 1. История развития бенчмаркинга. 2. Бенчмаркинг в зарубежных странах. 3. Модели проведения бенчмаркинга.
2	Тема 4. Бенчмаркинг на основе самооценки	Самостоятельное изучение вопросов по теме. Подготовка докладов: 1. Модель проведения БМ на основе самооценки по критериям премии правительства РФ в области качества. 2. Методы самооценки деятельности организации.
3.	Конкурентная разведка - понятие, организация и методы	Самостоятельное изучение вопросов по теме. Подготовка докладов: 1. Методы сбора информации о конкурентах. 2. Создание баз данных о покупателях и конкурентах, и организация их защиты.

4.	Этапы подготовки и проведения бенчмаркинга	Подготовка докладов: 1. Методики проведения БМ. 2. Опыт проведения и государственной поддержки БМ в Великобритании.
5.	Методы анализа и применения бенчмаркинг-информации	Самостоятельное изучение вопросов по теме. Подготовка докладов: Методы анализа и применения информации в стратегическом БМ.
6.	Тема 7. Адаптация и применение результатов исследования	Самостоятельное изучение вопросов по теме. Подготовка докладов: Обучение при помощи анализа превосходства.

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение:

1. Маркетинговые исследования конкурентов.
2. Маркетинговые исследования покупателей.
3. Жизненный цикл товара и оценка его конкурентоспособности.
4. Разработка и позиционирование брендов.
5. Упаковка как один из инструментов маркетинга.
6. Ситуационный анализ в кризисных условиях.
7. Определение конкурентных преимуществ. SWOT-анализ.
8. Реинжиниринг бизнес-процессов.
9. Анализ формирования категории «конкурентоспособность» как фактора рыночного превосходства объектов.
10. Возможности и угрозы предприятия.
11. Классификация конкурентных стратегий.
12. Конкурентоспособность и качество товаров и услуг: два уровня управления.
13. Оценка эффективности конкурентных стратегий.
14. Сильные и слабые стороны предприятия.
15. Факторы конкурентоспособности отрасли.
16. Факторы конкурентоспособности продукции.
17. Понятие конкурентоспособности предприятия. Основные принципы концепции обеспечения конкурентоспособности организации.
18. Факторы конкурентного преимущества организации.
19. Основные этапы оценки конкурентоспособности объектов (предприятия, товара и др.).
20. Этапы процесса управления конкурентоспособностью объекта

Примерные темы докладов

1. Бенчмаркинг как функция маркетинговых исследований.
2. Применение бенчмаркинга на малых и средних предприятиях.
3. Бенчмаркинг — менеджмент или шпионаж?
4. Этические аспекты проблемы промышленного шпионажа.

5. Бенчмаркинг - большие возможности малого бизнеса.
6. Пять этапов бенчмаркинга.
7. История развития бенчмаркинга.
8. Бенчмаркетинг и его применение на предприятии

5. Указания по проведению контрольных работ

5.1. Требования к структуре

Структура контрольной работы должна способствовать раскрытию темы: иметь титульный лист, содержание, введение, основную часть, заключение, список литературы.

5.2. Требования к содержанию (основной части)

1. Во введении обосновывается актуальность темы, определяется цель работы, задачи и методы исследования.

2. При определении целей и задач исследования необходимо правильно их формулировать. Так, в качестве цели не следует употреблять глагол «сделать». Правильно будет использовать глаголы: «раскрыть», «определить», «установить», «показать», «выявить» и т.д.

3. Основная часть работы включает 2 - 4 вопроса, каждый из которых посвящается решению задач, сформулированных во введении, и заканчивается констатацией итогов.

4. Приветствуется иллюстрация содержания работы таблицами, графическим материалом (рисунками, схемами и т.п.).

5. Необходимо давать ссылки на используемую Вами литературу.

6. Заключение должно содержать сделанные автором работы выводы, итоги исследования.

7. Вслед за заключением идет список литературы, который должен быть составлен в соответствии с установленными требованиями. Если в работе имеются приложения, они оформляются на отдельных листах, и должны быть соответственно пронумерованы.

5.3. Требования к оформлению

Объем контрольной работы – 10 страниц формата А 4, напечатанного с одной стороны текста (1,5 интервал, шрифт TimesNewRoman).

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

1. Основная литература:

1. Абаев А.Л. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : Учебник. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2019. - 433 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-03141-0. URL: <http://znanium.com/go.php?id=1045616>
2. Секерин, Владимир Дмитриевич. Инновационный маркетинг : Учебник. - 1. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019. - 237 с.

- ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-16-011323-4. URL:
<http://znanium.com/go.php?id=1002708>

3. Маркетинг / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева ; Р.К. Цахаев; Т.В. Муртузалиева. - 5-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2021. - 550 с. - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-03478-7 URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684283>

2. Маркетинг / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева ; Р.К. Цахаев; Т.В. Муртузалиева. - 3-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 550 с. - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-02746-8. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450722>.

Дополнительная литература:

1. Глоссарий по управлению качеством и инновациями [Текст] : учебное пособие / Под ред. Т.Е. Старцевой. - Королев М.О. : МГОТУ : Канцлер, 2017. - 318 с. - ISBN 978-5-91730-713-8
2. Токарев Б. Е. Маркетинг инновационно-технологических стартапов : от технологии до коммерческого результата. - 1. - Москва ; Москва : Издательство "Магистр" : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019. - 264 с. - 2.3. Профессиональное. - ISBN 9785977604727. URL: <http://znanium.com/go.php?id=505620>.
3. Управление качеством / Е. Н. Михеева, М. В. Сероштан; Е.Н. Михеева; М.В. Сероштан. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 531 с. - ISBN 978-5-394-01078-1. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454086>.

Электронные книги:

1. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=430453>. Годин, А. М. Маркетинг [Электронный ресурс] : Учебник для бакалавров / А. М. Годин. - 10-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2013. - 656 с.
3. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=86496&sr=1>. Андреев К. В. Бенчмаркинг-исследование. Лаборатория книги, 2010.

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.biblioclub.ru>
2. <http://znanium.com>
3. <http://benchmarking.com>
4. <http://benchmarking.ru>

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) приведены в Приложении 2.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень программного обеспечения: MS Office, PowerPoint, Excel.

Информационные справочные системы:

Электронные ресурсы образовательной среды «УНИВЕРСИТЕТА».

1. www.biblioclub.ru
2. www.znanium.com