ФГБОУ ВО Новосибирский ГАУ

Кафедра Государственного, муниципального и экономического управления

УТВЕРЖДАЮ:
Декан факультета государственного и муниципального управления
Ковалёва О.С.
(фио)
(подпись)

Рег. № УП. 04-07

«25» 05 2017г.

ФГОС 2015 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.Б.7 Бенчмаркинг системы управления персоналом

38.04.03 Управление персоналом
Код и наименование направления подготовки

профиль:
основной вид деятельности: **научно-исследовательская и педагогическая**
дополнительный вид деятельности:
(профиль и виды деятельности)

Курс: 2 Семестр: 4

Факультет Государственного и муниципального управления

заочная
Форма обучения

Объем дисциплины (модуля)

Вид занятий	Объем занятий [зачетных ед./часов]			Семестр
	очная	заочная	Очно-заочная	
Общая трудоемкость по учебному плану		2/72		4
В том числе,				
Контактная работа		14		
Лекции		6		
Практические (семинарские) занятия		8		
Самостоятельная работа, всего		58		
В том числе:				
Курсовой проект (курсовая работа)				
Контрольная работа / реферат		Р		4
Форма контроля				
Экзамен (зачет)		Зачет		4

Новосибирск 2017

Рабочая программа составлена на основании требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования к содержанию и уровню подготовки выпускников по направлению подготовки 38.04.03 Управление персоналом (уровень магистратуры), утвержденного приказом Минобрнауки России от 08.04.2015 № 367

Программу разработал(и):

к.э.н., доцент кафедры ГМиЭУ		А.В. Гааг
(должность)	подпись	ФИО

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- теоретические основы и исторические аспекты бенчмаркинга;
- процедуры для оценки вклада службы управления персоналом в достижение целей организации.

уметь:

- обосновывать предмет, основные степени и характера конкуренции, моделей поведения клиентов и их покупательной способности, моделей поведения поставщиков, барьеры входа в отрасль, угрозы замены продуктов и услуг;
- проводить бенчмаркинг и другие процедуры для оценки вклада службы управления персоналом в достижение целей организации;
- применять цели, задачи, принципы и функции бенчмаркинга; анализировать информацию, факторы внутренней и внешней среды, определять сильные и слабые стороны предприятия, угрозы и возможности.

владеть:

- практическими навыками осуществления планирования, мониторинга, контроля за стратегической деятельностью предприятия;
- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу.

1.2 Планируемые результаты освоения образовательной программы

Дисциплина «Бенчмаркинг системы управления персоналом» в соответствии с требованиями ФГОС ВО направлена на формирование следующих общекультурных (ОК) и профессиональных (ПК) компетенций:

1. Способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1)
2. Умением проводить бенчмаркинг и другие процедуры для оценки вклада службы управления персоналом в достижение целей организации (ПК-23)

Таблица 1. Связь результатов обучения с приобретаемыми компетенциями

№ п/п	Осваиваемые знания, умения, навыки	Формируемые компетенции (ОК, ОПК, ПК)
1	**знать:**	
1.1	- теоретические основы и исторические аспекты бенчмаркинга;	ОК-1, ПК-23

1.2	- процедуры для оценки вклада службы управления персоналом в достижение целей организации	ПК-23
2	**уметь:**	
2.1	- обосновывать предмет, основные степени и характера конкуренции, моделей поведения клиентов и их покупательной способности, моделей поведения поставщиков, барьеры входа в отрасль, угрозы замены продуктов и услуг;	ОК-1, ПК-23
2.2	- проводить бенчмаркинг и другие процедуры для оценки вклада службы управления персоналом в достижение целей организации;	ПК-23
2.3	- применять цели, задачи, принципы и функции бенчмаркинга; анализировать информацию, факторы внутренней и внешней среды, определять сильные и слабые стороны предприятия, угрозы и возможности.	ОК-1, ПК-23
3	**владеть:**	
3.1	- практическими навыками осуществления планирования, мониторинга, контроля за стратегической деятельностью предприятия;	ОК-1, ПК-23
3.2	- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу.	ОК-1

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.Б.7 Бенчмаркинг системы управления персоналом относится к базовой части.

Данная дисциплина опирается на курсы следующих дисциплин: «Социально-экономическая эффективность систем управления персоналом».

3. Содержание дисциплины (модуля)

Распределение часов по темам и видам занятий представляется в таблице 2 по заочной форме обучения.

Таблица 2. Заочная форма

№ п/п	Наименование разделов и тем	Количество часов				Формируемые компетенции (ОК, ОПК, ПК)
		Лекции (Л)	Вид занятия (ПЗ)	Самост. работа (СР)	Всего по теме	
	2	3	4	5	6	7
1	Понятие «бенчмаркинг»: сущность, содержание, цели и задачи	2	-	7	9	ОК-1 ПК-23

2	Механизм бенчмаркингового анализа	-	1	4	5	ОК-1 ПК-23
3	Системы бенчмаркинговых исследований и бенчмаркинговой информации	-	1	7	8	ОК-1 ПК-23
4	Конкуренция в условиях рынка	-	-	5	5	ОК-1 ПК-23
5	Бенчмаркинг – основа обеспечения конкурентоспособности предприятия	2	4	6	12	ОК-1 ПК-23
6	Конкурентная разведка	-	2	6	8	ОК-1 ПК-23
7	Стратегии конкуренции	2	-	5	7	ОК-1 ПК-23
8	Конкуренция и сотрудничество	-	-	5	5	ОК-1 ПК-23
	Реферат			9	9	
	Подготовка к зачету			4	4	
	Итого	**6**	**8**	**58**	**72**	

Учебная деятельность состоит из лекций, практических занятий, самостоятельной работы, реферата.

3.1. Содержание отдельных разделов и тем

Тема 1. Понятие «бенчмаркинг»: сущность, содержание, цели и задачи

Введение в бенчмаркинг. Цели, задачи бенчмаркинга. Причины популярности бенчмаркинга. Виды бенчмаркинга и их применение. Сравнение различных типов бенчмаркинга. Принципы и факторы успеха бенчмаркинга. Предпосылки успешной реализации концепции бенчмаркинга. Этапы процесса бенчмаркинга. Этика в бенчмаркинге. Технология ситуационного анализа. Анализ текущей ситуации. Выявление и анализ проблемы и ее составляющих. Разработка и оценка альтернативных вариантов решения проблемы.

Тема 2. Механизм бенчмаркингового анализа

Сущность анализа превосходства, его цели. Виды анализа превосходства. Бенчмаркинговые программы. Выбор предмета бенчмаркирования. Выбор организации для сравнения. Сбор внешней информации. Анализ данных и внедрение улучшений. Матрица данных для бенчмаркинга нового процесса найма. Пирамида стратегического планирования. Классификация показателей финансового бенчмаркинга. Контрольный лист бенчмаркинга. SWOT-анализ

объекта бенчмаркирования. Бенчмаркинг на малых и средних предприятиях. Индикаторы конкурентного сравнения. Причины отказа от эталонного сопоставления. Принципы проведения внутреннего сопоставительного анализа между отделами и внутри отделов компании и между компаниями, входящими в одну бизнес-структуру. Выбор компании-партнера для проведения внешнего сопоставительного анализа. Сбор информации о предполагаемом партнере. Этические нормы при внешнем сопоставительном анализе.

Тема3. Системы бенчмаркинговых исследований и бенчмаркинговой информации

Понятия маркетинговое исследование. Исследование конкуренции. Бенчмаркинг конкурентоспособности и стратегический бенчмаркинг. Стратегически ориентированные маркетинговые исследования.Методы анализа и применения бенчмаркинговой информации. Метод Ф. Ковалева.

Тема 4. Конкуренция в условиях рынка

Значение конкуренции, конкурентоспособности предприятия в рыночных условиях хозяйствования. Составляющие стратегии. Оценка конкурентоспособности товара, предприятия, отрасли. Уровень конкурентоспособности. Особенности процесса управления созданием и удержанием конкурентных преимуществ. Виды конкурентных преимуществ. Создание и утрата конкурентного преимущества. Фирмы: львы, бегемоты, хитрые лисы и др. Анализ конкуренции по Портеру. Пять сил конкуренции по Портеру.

Тема 5. Бенчмаркинг – основа обеспечения конкурентоспособности предприятия

Структура собственности на предприятии. Организационное устройство предприятия. Характеристика динамики доли. Оценка степени монополизации рынка. Показатели интенсивности конкуренции. Схема диагностики конкурентной среды. График распределения рыночных долей конкурентов. Конкурентная карта рынка. Условия формирования и конкурентные преимущества базовых стратегий конкуренции. Проектирование стратегии конкуренции с учетом динамики рынка, рыночной доли фирмы.

Тема 6. Конкурентная разведка

Понятие конкурентной разведки. Конкурентная разведка против промышленного шпионажа. Три основных источника получения конкурентной информации. Сбор информации из публикаций. Первичное и вторичное исследование. Структурированные и полуструктурированные опросы. Подготовка и проведений опроса. Детали сбора информации. Точность и надежность информации. Источники. Данные. Как спланировать сохранение тайн. Доведение смысла инициативы конкурентной разведки до работников.

Обеспечение поддержки программы. Планирование конкурентной разведки. Бюджет, время и обязанности.

Тема 7. Стратегии конкуренции

Укрепление связи с клиентами. Укрепление связей с другими заинтересованными лицами. Удар и толчок. Конкуренция на базе широты ассортимента. Конкуренция за долю рынка на базе широты ассортимента. Конкуренция за долю компании и расходы покупателей. Конвергенция (сходимость). Дивергенция покупателей, рынка, каналов распределения и товаров. Дифференцирование. Компания и ее бренд (торговая марка). Ценность бренда (марочный капитал). Конкуренция за покупателей. Стратегии, ведущие к победе. Изучение клиентов. Специализация конкурента. Стратегии, ведущие к проигрышу конкурента. Тактические действии, ведущие к проигрышу конкурента. Сочетание тактики и стратегии. Обращение силы конкурентов против них самих. Изматывание соперника партизанскими диверсиями.

Тема 8. Конкуренция и сотрудничество

От конфликта к сотрудничеству. Сотрудничество и инновации. Как выбирать партнеров по сотрудничеству. Не все конкуренты одинаковы: хорошие и плохие конкуренты. Новые ценности для покупателей. Инновации для создания новых ценностей для клиента. Десять типов комплементоров. Выбор нужного комплементора. Иерархия отношений. Отношения с клиентами, позволяющие взять верх в конкурентной борьбе. Стратегия CRM. Конкурентоспособное позиционирование. План победы. Основные определения и аббревиатуры. Применим ли бенчмаркинг ко всем организациям. Зачем нужен бенчмаркинг. Что может сделать бенчмаркинг. История процесса бенчмаркинга. Типы бенчмаркинга. Внутренний бенчмаркинг. Внешний конкурентный бенчмаркинг (бенчмаркинг конкурентов). Что подлежит бенчмаркингу. Разработка и планирование процесса. Первичный выбор объектов бенчмаркинга. Сбор данных. Структура поддержки бенчмаркинга. Пять этапов процесса бенчмаркинга. Роль руководства в процессе бенчмаркинга. Критические факторы успеха бенчмаркинга.

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

4.1. Список основной литературы

1. Годин А.М. Маркетинг / А. М. Годин. - 10-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2013. - 656 с. (ЭБС «Инфра-М»)

4.2. Список дополнительной литературы

1. Резник, С.Д. Управление изменениями: учебник / Резник С.Д., Черниковская М.В., Чемезов И.С., - 3-е изд., перераб и доп. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2017. – 382 с.
2. Синяева, И.М. Маркетинг: учебное пособие / Под ред. проф. И.М. Синяевой. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 384 с.

4.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Таблица 3. Перечень информационных ресурсов

№ п/п	Наименование	Адрес
1.	Справочная правовая система «Консультант плюс»	http://www.consultant.ru/
2.	Библиотека управления	http://www.cfin.ru
3.	Финансовый директор: практический журнал по управлению финансами компании	https://fd.ru

4.4. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю) и самостоятельной работы

1. Методические рекомендации по выполнению контрольных работ и рефератов для всех форм обучения по направлениям подготовки: 38.03.04 Государственное и муниципальное управление; 38.03.03 Управление персоналом; 43.03.01 Сервис; 38.04.04 Государственное и муниципальное управление; 38.04.03 Управление персоналом / Сост. И.Э.Толстова, О.С.Ковалёва, О.Г.Антошкина.-3-е изд.- Новосибирск: НГАУ, 2017. - 24 с.

4.5. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, наглядных пособий

Таблица 4. Перечень лицензионного программного обеспечения

№ п/п	Наименование	Кол-во ключей	Тип лицензии или правообладатель
1.	MS Windows 7 Profi	1	Microsoft
2.	MS Office 2007 Prof (Word, Excel, Access, PowerPoint)	1	Microsoft
3.	Браузер Mozilla FireFox	1	Mozilla Public License

Таблица 5. Перечень плакатов (по темам), карт, стендов, макетов, презентаций, фильмов и т.д.

№ п/п	Тип	Наименование	Примечание
1.	презентация	Понятие «бенчмаркинг»: сущность, содержание, цели и задачи	7 слайдов
2.	презентация	Системы бенчмаркинговых исследований и бенчмаркинговой информации	9 слайдов

5. Описание материально-технической базы

Таблица 6. Перечень используемых помещений:

№ аудитории	Тип аудитории	Перечень оборудования
С-311	Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации; учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа	Доска учебная, тематические плакаты
С-312	Компьютерный класс; учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа; учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ); помещение для самостоятельной работы; учебная аудитория для дипломного проектирования	Видеопроектор, мультимедиа, компьютеры 15 шт., ПО MS Windows 7 Prof, MS Office 2007 Prof (Word, Excel, Access, PowerPoint), доска интерактивная, подключение к сети «Интернет», тематические плакаты

6. Используемые интерактивные формы и методы обучения по дисциплине

Таблица 7. Активные и интерактивные формы и методы обучения

№ п/п	Тема	Кол-во часов	Вид учебных занятий	Используемые интерактивные образовательные технологии	Формируемые компетенции (ОК, ОПК, ПК)
Заочная форма обучения					
1	Понятие «бенчмаркинг»: сущность, содержание, цели и задачи	2	Л	Интерактивная лекция	ОК-1 ПК-23
2	Бенчмаркинг – основа обеспечения конкурентоспособности предприятия	4	ПЗ	Круглый стол	ОК-1 ПК-23
3	Стратегии конкуренции	2	Л	Интерактивная лекция	ОК-1 ПК-23
	Итого	**4/4**	**Л/ПЗ**		

7. Порядок аттестации студентов по дисциплине

Для аттестации студентов по дисциплине используется традиционная система оценки знаний.

Форма аттестации – зачет.

Критерии оценки знаний студентов на зачёте:

Отметка **«зачтено»** предполагает:

- Хорошее знание основных терминов и понятий курса;
- Последовательное изложение материала курса;
- Умение формулировать некоторые обобщения по теме вопросов;
- Достаточно полные ответы на вопросы.

Отметка **«не зачтено»** предполагает:

- Неудовлетворительное знание основных терминов и понятий курса;
- Отсутствие логики и последовательности в изложении материала курса;
- Неумение формулировать отдельные выводы и обобщения по теме вопросов.

8. Согласование рабочей программы

Соответствует учебному плану, утвержденному Ученым советом ФГБОУ ВО Новосибирского ГАУ, протокол от «24» 04 2017 г. № 5

Рабочая программа обсуждена и утверждена
на заседании кафедры
протокол от «26» апреля 2017 г. № 7

И.о. заведующего кафедрой		Б.А. Ковтун
(должность)	подпись	ФИО
Председатель методической комиссии		О.Г. Антошкина
(должность)	подпись	ФИО