

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 29.02.2024 17:58:20
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 6

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Северо-Западный институт управления - филиал РАНХиГС

Кафедра управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса

УТВЕРЖДЕНО
Директор СЗИУ РАНХиГС
Хлутков А.Д.

Электронная подпись

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

«Гостиничное дело»
(наименование образовательной программы)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ,
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса**

Б1.В.ДВ.02.02 «Глобальный бенчмаркинг в индустрии гостеприимства»
43.03.03 Гостиничное дело
(код, наименование направления подготовки)

очная
(форма обучения)

Год набора – 2022

Санкт-Петербург, 2022 г.

Автор-составитель:

Д-р экон. наук, руководитель программы бакалавриата

«Гостиничное дело»

Морозова М.А.

Заведующая кафедрой управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса:

доктор экономических наук, профессор Морозова Марина Александровна

Б1.В.ДВ.02.02 «Глобальный бенчмаркинг в индустрии гостеприимства» одобрена на заседании кафедры управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса. В новой редакции Протокол от «30» августа 2022 г. №1.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
3. Содержание и структура дисциплины.....	6
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.....	7
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине.....	9
6. Методические материалы по освоению дисциплины.....	13
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет	14
7.1. Основная литература.....	14
7.2. Дополнительная литература.....	15
7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация.....	16
7.4. Интернет-ресурсы.....	16
7.5. Иные источники.....	16
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	16

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.02.02 «Глобальный бенчмаркинг в индустрии гостеприимства» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.5	Способен применять системное мышление, позволяющее в профессиональной деятельности использовать математические методы и инструменты для проведения критического анализа ситуаций, моделирования и прогнозирования развития процессов и явлений.
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.3	Способен определять эффективные пути личностного и профессионального саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Код компонента компетенции	Результаты обучения
УК-1.5	<p>на уровне знаний: - общие понятия о бенчмаркинге, -цели и задачи бенчмаркинга, - типы, виды и процессы бенчмаркинга, -этапы проведения бенчмаркинга, различные формы маркетинговых исследований;</p> <p>на уровне умений: формировать информационные системы для проведения маркетинговых исследований</p> <p>на уровне навыков: методами получения и обработки маркетинговой информации.</p>
УК-6.3	<p>на уровне знаний: -психологические аспекты проведения бенчмаркинга, -способы получения информации, -особенности применения бенчмаркинга в разных странах, -пути и направления повышения эффективности деятельности предприятия посредством использования бенчмаркинга.</p> <p>на уровне умений: -четко формулировать цели и задачи, на основе имеющейся информации, -анализировать бизнес-процессы, -формировать алгоритм действий, исходя из поставленных целей, -проводить анализ конкурентной среды, -осуществлять планирование и организацию основных этапов бенчмаркинга, -анализировать критерии моделей совершенства</p> <p>на уровне навыков: - методами и программными средствами обработки деловой информации, -навыками обосновывать управленческие решения, -современными технологиями управления персоналом, -навыками проводить анализ коммерческой деятельности организации и использовать его результаты</p>

	для подготовки управленческих решений -навыками организации и планирования бенчмаркинга,
--	------------------------------------------------------------------------------------------

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов/ 81 астр. часов на очной форме обучения.

Вид работы	Трудоемкость (в акад. часах/в астроном. часах)
Общая трудоемкость	108/81
Контактная работа с преподавателем	36/27
Лекции	12/9
Практические занятия	24/18
Самостоятельная работа	72/54
Контроль	-
Виды текущего контроля	Реферат
Форма промежуточной аттестации	Зачет

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.02.02 «Глобальный бенчмаркинг в индустрии гостеприимства» входит в вариативную часть (часть, формируемая участниками образовательных отношений) относится к дисциплинам по выбору (ДВ) Блок 1 «Дисциплины (модули)» основной образовательной программы.

Цель дисциплины: - знакомство с традиционными и инновационными технологиями в России и за рубежом; - приобретение навыков практического использования бенчтехнологий; - подробное изучение особенностей бенчтехнологий в отраслях и сферах деятельности, технологий социально-ответственного бизнеса и социального партнерства.

Задачи преподавания дисциплины:

- усвоение методики сравнительного анализа бенчтехнологий;
- обретение студентами навыков управления конкурентоспособностью.

Программа курса «Глобальный бенчмаркинг в индустрии гостеприимства» обобщает и развивает знания, полученные в ходе изучения базовых дисциплин общенаучного цикла, а также дисциплин профессионального цикла, в частности, «Маркетинг организаций сферы гостеприимства», «Экономическая стратегия развития гостиничного предприятия».

Дисциплина читается на 3 курсе 5 семестре по очной форме обучения.

Формы промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет.

Дисциплина может реализовываться с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://lms.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает

выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

	Наименование темы	Всего часов	Объем дисциплины, час.				СР	Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Основные понятия и классификация бенчсистем в маркетинге	18	2	4			12	Р
Тема 2	Анализ эффективности бенчсистем: социальная ответственность и социальное партнерство в маркетинге	18	2	4			12	Р
Тема 3	Маркетинговые прогностические бенчсистемы	18	2	4			12	Р
Тема 4	Специфика бенчтехнологий в отраслях и сферах деятельности	18	2	4			12	Р
Тема 5	Инновационные технологии в бенчмаркинге	18	2	4			12	Р
Тема 6	Бенчтехнологии в общественно-политической сфере	18	2	4			12	Р
Промежуточная аттестация								Зачет
Всего (академ. /астроном. часов):		108/81	12/9		24/18		72/54	

Используемые сокращения:

Л – занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся)¹;

ЛР – лабораторные работы (вид занятий семинарского типа)²;

¹ Абзац 2 пункта 31 Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Минобрнауки России от 05 апреля 2017 г. № 301 (ред. от 17.08.2020) (зарегистрирован Минюстом России 14 июля 2017г., регистрационный № 47415)

² См. абзац 2 пункта 31 Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Минобрнауки России от 05 апреля 2017 г. № 301 (ред. от 17.08.2020) (зарегистрирован Минюстом России 14 июля 2017г., регистрационный № 47415)

ПЗ – практические занятия (виды занятий семинарского типа за исключением лабораторных работ)³;
 КСР – индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации)⁴;

ДОТ – занятия, проводимые с применением дистанционных образовательных технологий, в том числе с применением виртуальных аналогов профессиональной деятельности.

СР – самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях.

*Примечание: * Р – реферат*

3.2. Содержание дисциплины

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.).

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

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.

Тема 4. Специфика бенчтехнологий в отраслях и сферах деятельности

Сравнительный анализ коммерческого и некоммерческого маркетинга, маркетинга промышленной продукции, услуг, идей, событий и отношений по:

- технологиям исследования рынка.
- технологиям продвижения товара и услуг
- технологиям организации и планирования маркетинга.

Анализ технологий прогнозирования и сегментации, получения сравнительных конкурентных преимуществ, оценки ёмкости рынка, технологии и исследования поведения потребителей и конкурентов, технологии сбыта и ценообразования, нишинг, технологии маркетинговых коммуникаций. Методы создания товара и услуг. Инновации. Технологии создания фирменного стиля.

Тема 5. Инновационные технологии в бенчмаркинге

Инновации в рыночной деятельности и маркетинговых исследованиях. Социальный маркетинг. Индивидуализированный маркетинг. Маркетинг событий, маркетинг социально-значимой проблемы. Личные продажи и управление

³ См. абзац 2 пункта 31 Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Минобрнауки России от 05 апреля 2017 г. № 301 (ред. от 17.08.2020) (зарегистрирован Минюстом России 14 июля 2017г., регистрационный № 47415)

⁴ Абзац 2 пункта 31 Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Минобрнауки России от 05 апреля 2017 г. № 301 (ред. от 17.08.2020) (зарегистрирован Минюстом России 14 июля 2017г., регистрационный № 47415)

взаимоотношениями. Прямая почтовая рассылка, продажа по каталогам, телемаркетинг и др. Планирование и управление сетью. Сетевая структура маркетинга в продвижении товаров, услуг, идей, отношений. Маркетинговая деятельность в условиях парадоксов и кризисов.

Тема 6. Бенчтехнологии в общественно-политической сфере

Маркетинговые технологии продвижения политических идей, личностей, отношений. Методы эффективных переговоров и взаимодействия в групповой работе, техника докладов и презентаций. Благотворительность, спонсорство. Маркетинг власти. Пропаганда и PR. Политическая реклама.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 «Глобальный бенчмаркинг в индустрии гостеприимства» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

	Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1	Основные понятия и классификация бенчсистем в маркетинге	<i>Реферат</i>
Тема 2	Анализ эффективности бенчсистем: социальная ответственность и социальное партнерство в маркетинге	<i>Реферат</i>
Тема 3	Маркетинговые прогностические бенчсистемы	<i>Реферат</i>
Тема 4	Специфика бенчтехнологий в отраслях и сферах деятельности	<i>Реферат</i>
Тема 5	Инновационные технологии в бенчмаркинге	<i>Реферат</i>
Тема 6	Бенчтехнологии в общественно-политической сфере	<i>Реферат</i>

В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптирован для платформы Moodle.

4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Типовые оценочные материалы по теме № 1-6

Планы семинарских занятий

Соберите информацию по предложенной теме, систематизируйте ее, сделайте выводы

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.).

Тема 2. Проводится анализ эффективности бенчсистем: социальная ответственность и социальное партнерство в маркетинге. Решается кейс-задание по исследованию STEP – факторов и выполнению SWOT – анализа.

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.

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.

Тема 5, 6. Изучаются инновационные технологии в бенчмаркетинге. Решается кейс-задание по организации маркетинговой деятельности в условиях парадоксов и кризисов.

Темы для подготовки докладов (рефератов)

Проанализируйте, оцените, сравните и укажите свое отношение к затронутой теме.

1. Технологии конкурентного бенчмаркинга
2. Модель Шухарта-Дэминга в процессе бенчмаркинга
3. Модель Р. Кэмпбелла при осуществлении бенчмаркинга
4. Методы изучения конкурентов: ДЕА-анализ для бенчмаркинга
5. Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг параметров продукта
6. Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг качества продукта
7. Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг уровня обслуживания клиентов
8. Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг бренда (имиджа)
9. Оценка среды при осуществлении внешнего бенчмаркинга
10. Стратегический бенчмаркинг: использование матричных методов позиционирования продуктов (услуг)
11. Формирование конкурентной стратегии по результатам стратегического анализа
12. Оценка конкурентных сил (модель М. Портера)
13. Оценка положения компании в отрасли (выбор стратегии по матрицам БКГ, GE/McKinsey)
14. Применение методов управления качеством для повышения конкурентоспособности продукции компании
15. Анализ превосходства в системе бенчмаркинга
16. Использование SWOT-анализа в процессе бенчмаркинга
17. Направление реализации бенчмаркинга
18. Особенности применения функционального бенчмаркинга
19. Выбор предмета бенчмаркинга и партнера по исследованию (объект анализа). Поиск доступной информации
20. Глобальный бенчмаркинг: особенности развития и применения метода в разных странах

Критерии оценки

Оценочные средства	Показатели оценки	Критерии оценки
Реферат	<ul style="list-style-type: none"> • актуальность проблемы и темы • полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы • умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал • грамотность и культура 	<ul style="list-style-type: none"> • новизна проблемы max - 5 баллов • степень раскрытия сущности проблемы max - 5 баллов • обоснованность выбора источников max. – 5 баллов • соблюдение требований к оформлению. max - 2 баллов

	изложения	
--	-----------	--

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1. Зачет проводится с применением следующих методов (средств):

Зачет представляет собой письменную работу по курсу – один открытый вопрос.

При проведении экзамена возможно использование дистанционных образовательных технологий (далее - ДОТ).

5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Компонент компетенции	Промежуточный/ключевой индикатор	Критерий оценивания
<p>УК-1.5: Способен применять системное мышление, позволяющее в профессиональной деятельности использовать математические методы и инструменты для проведения критического анализа ситуаций, моделирования и прогнозирования развития процессов и явлений.</p>	<p>Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие. Осуществляет декомпозицию задачи</p> <p>Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов</p> <p>Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии и социально-культурном контексте.</p> <p>Использует информационно-коммуникативные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения поставленных задач.</p> <p>Обладает системным мышлением, позволяющими в профессиональной деятельности использовать математические методы и инструменты для проведения критического анализа ситуаций, моделирования и прогнозирования развития процессов и явлений.</p>	<p>Грамотно, логично, аргументировано формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности Определяет и оценивает последствия возможных решений задачи.</p>
<p>УК-6.3: Способен определять эффективные пути личностного и профессионального саморазвития на основе</p>	<p>Применяет основные принципы самовоспитания и самообразования, саморазвития и самореализации, умеет демонстрировать умение самоконтроля и рефлексии,</p>	<p>Обосновывает траекторию личностного и профессионального роста, основываясь на методах самодисциплины и самоорганизации (под поставленную задачу).</p> <p>Понимает важность</p>

<p>принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>позволяющие самостоятельно корректировать обучение по выбранной траектории.</p> <p>Реализует владение навыками рационального распределения временных ресурсов, построения индивидуальной траектории саморазвития и самообразования в течение всей жизни</p> <p>Определяет эффективные пути личностного и профессионального саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.</p>	<p>планирования перспективных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.</p>
---------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Типовые вопросы к зачету

Изложите теоретические основы по данной теме и обоснуйте (аргументируйте и продемонстрируйте) свое отношение к данной теме (на конкретном примере):

1. Бенчмаркинг: определение, история метода, эволюция понятия
2. Классификация типов и видов бенчмаркинга
3. Уровни бенчмаркинга, взаимосвязь с видовой классификацией
4. Цели и задачи бенчмаркинга, преимущества метода
5. Составляющие процесса бенчмаркинга в зависимости от его вида
6. Модели осуществления бенчмаркинга, его этапы и их характеристика
7. Объекты и субъекты бенчмаркинга, проблемы поиска информации и партнеров по бенчмаркингу, кодекс бенчмаркинга
8. Методы изучения конкурентов: DEA-анализ в бенчмаркинге
9. Операционный бенчмаркинг: направления реализации
10. Особенности проведения внутреннего бенчмаркинга в организации
11. Выполнение проектов внешнего бенчмаркинга
12. Оценка среды при бенчмаркинге: методы оценки и особенности их использования
13. Стратегический бенчмаркинг: особенности метода и перспективы направления его использования
14. Оценка конкурентных сил (модель М. Портера). Возможности укрепления и роста конкурентного преимущества
15. Оценка положения компании в отрасли (матрицы БКГ, жизненного цикла, GE/McKinsey). Типовые стратегии для различных ситуаций
16. Использование бенчмаркинга для позиционирования продукта и сегментирования рынка, возможности программных продуктов
17. Анализ применения различных систем совершенствования менеджмента предприятия в области качества
18. Государственная поддержка программ бенчмаркинга для малых и средних предприятий в Европе
19. Отличительные особенности бенчмаркинга в западных и юго-восточных регионах, специфика американской и японской моделей

20. Российская практика бенчмаркинга, проблемы его внедрения и перспективы развития в России.

Критерии оценки

Оценочные средства	Показатели оценки	Критерии оценки
Зачет	<p>В соответствии с балльно-рейтинговой системой на промежуточную аттестацию отводится 30 баллов.</p> <p>В билете содержится 1 вопрос.</p> <p>Вопрос - 15 баллов</p>	<p>11-15 баллов – получены полные и исчерпывающие ответы на вопросы, указанные в билете. Усвоены основные понятия и их особенности, присутствует умение правильно определять специфику соответствующих отношений, способность принимать быстрые и нестандартные решения. Грамотность и стилистика изложения материала.</p> <p>6-10 баллов – получены стандартные ответы на вопросы, указанные в билете., Усвоены основные понятия и их особенности, присутствует умение правильно определять специфику соответствующих отношений, , однако, допускаются незначительные ошибки, неточности по названным критериям, которые не искажают сути ответа;</p> <p>1-5 баллов – неполное раскрытие основного содержания вопроса билета</p> <p>0 - ответы на предложенные в билете вопросы отсутствуют, либо даны неверно. Студент не знает основных понятий и категорий, а также не имеет отчетливого представления о предмете, системе и структуре дисциплины.</p>
	Ситуационная задача	0 – неверное решение или задача не решена

	(кейс) - 15 баллов	1-5- задача решена с некоторыми неточностями 6-10 – стандартное решение задачи 11-15 – нестандартное (многоплановое) решение задачи
--	-----------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Шкала оценивания

Оценка результатов производится на основе балльно-рейтинговой системы (БРС). Использование БРС осуществляется в соответствии с приказом от 06 сентября 2019 г. №306 «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся».

Схема расчетов сформирована в соответствии с учебным планом направления, согласована с руководителем научно-образовательного направления, утверждена деканом факультета.

Схема расчетов доводится до сведения студентов на первом занятии по данной дисциплине, является составной частью рабочей программы дисциплины и содержит информацию по изучению дисциплины, указанную в Положении о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в РАНХиГС.

В соответствии с балльно-рейтинговой системой максимально-расчетное количество баллов за семестр составляет 100, из них в рамках дисциплины отводится:

30 баллов - на промежуточную аттестацию

50 баллов - на работу на семинарских занятиях

20 баллов - на посещаемость занятий

В случае если студент в течение семестра не набирает минимальное число баллов, необходимое для сдачи промежуточной аттестации, то он может заработать дополнительные баллы, отработав соответствующие разделы дисциплины, получив от преподавателя компенсирующие задания.

В случае получения на промежуточной аттестации неудовлетворительной оценки студенту предоставляется право повторной аттестации в срок, установленный для ликвидации академической задолженности по итогам соответствующей сессии.

Обучающийся, набравший в ходе текущего контроля в семестре от 51 до 70 баллов, по его желанию может быть освобожден от промежуточной аттестации.

Шкала перевода оценки из многобалльной в систему «зачтено»/«не зачтено»:

от 0 по 50 баллов	«не зачтено»
от 51 по 100 баллов	«зачтено»

Зачет проводится в период сессии в соответствии с текущим графиком учебного процесса, утвержденным в соответствии с установленным в СЗИУ порядком. Продолжительность зачета для каждого студента не может превышать четырех академических часов. Зачет не может начинаться ранее 9.00 часов и заканчиваться позднее 21.00 часа. Зачет проводится в аудитории, в которую запускаются одновременно не более 5 человек. Время на подготовку ответов по билету каждому обучающемуся отводится 30 минут. При явке на зачет обучающийся должен иметь при себе зачетную книжку. Во время зачета обучающиеся по решению преподавателя могут пользоваться учебной программой дисциплины и справочной литературой.

Промежуточная аттестация в системе ДОТ. Пройдет в виде онлайн-встречи в приложении Office 365 «Teams». Приложение рекомендуется установить локально.

Студент должен войти в систему с помощью учетной записи Office 365 РАНХиГС, чтобы обеспечить базовую проверку личности.

В случае применения дистанционного режима промежуточной аттестации она проводится следующим образом: устно в ДОТ/письменно с прокторингом/ тестирование с прокторингом. Для успешного освоения курса учащемуся рекомендуется ознакомиться с литературой, размещенной в разделе 6, и материалами, выложенными в ДОТ.

6. Методические материалы по освоению дисциплины

В ходе лекционных занятий вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

В ходе подготовки к лекциям и семинарам изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обращаться за методической помощью к преподавателю. Составить план-конспект своего выступления. Продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной жизнью. Своевременное и качественное выполнение самостоятельной работы базируется на соблюдении настоящих рекомендаций и изучении рекомендованной литературы. Студент может дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы, и в дальнейшем использовать собственные подготовленные учебные материалы при написании курсовых и дипломных работ.

Краткие методические указания по написанию реферата

Реферат является самостоятельной практической работой студента. Он призван определить степень освоения студентом знаний и навыков, полученных им в процессе изучения дисциплины. Данный вид работы индивидуален и самостоятелен. Не допускается прямое заимствование материалов из каких-либо источников без ссылок на них.

Текст работы должен быть написан литературным языком в научном стиле. Оформление текста также должно быть выполнено грамотно. Следует избегать пустых пространств и, тем более, страниц. На все таблицы, рисунки и диаграммы делаются ссылки в тексте.

Работа объемом от 10 до 15 стр. выполняется в формате А4. Шрифт – Times New Roman, для заголовков допускается использование шрифта Arial. Основной текст работы набирается 14-м шрифтом через 1,5 интервала, выравнивание по ширине, межбуквенный интервал «Обычный», красная строка 1,25 см. Автоматически расставляются переносы. Поля: верхнее 2,0 см, нижнее 2,0 см, левое 3 см, правое 1 см. Промежутки между абзацами отсутствуют. Введение, главы, заключение, список литературы и приложения форматируются как заголовки первого уровня и начинаются каждый с новой страницы.

Сноски делаются внизу страницы. Таблицы и рисунки нумеруются отдельно. Номер включает номер главы и номер рисунка/таблицы в данной главе.

Страницы работы должны быть пронумерованы. Нумерация начинается со страницы с оглавлением, на которой ставится цифра «2» и далее – по порядку. Окончание нумерации приходится на последний лист списка литературы. Номер ставится внизу страницы справа. На страницах с приложениями номера не ставятся, и в оглавление они не выносятся. В оглавлении указывается только номер первого листа первого приложения.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы бакалавра

Самостоятельная внеаудиторная работа по курсу включает изучение учебной и научной литературы, повторение лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, а также к текущему и итоговому контролю.

Практические занятия предусматривают совершенствование навыков работы с первоисточниками и историко-правовым материалом, методологии изучения предметной специфики курса.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и семинарских занятиях, должны быть изучены бакалаврами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы бакалавров над учебной программой курса осуществляется в ходе семинарских занятий методом устного опроса или ответов на контрольные вопросы тем. В ходе самостоятельной работы каждый бакалавр обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме. Обучающийся должен готовиться к предстоящему практическому занятию по всем, обозначенным в методическом пособии вопросам. Не проясненные (дискуссионные) в ходе самостоятельной работы вопросы следует выписать в конспект лекций и впоследствии прояснить их на семинарских занятиях или индивидуальных консультациях с ведущим преподавателем.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

7.1. Основная литература.

1. Кузнецов, Ю. В. Теория организации : учебник и практикум для вузов / Ю. В. Кузнецов, Е. В. Мелякова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02949-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488801>
2. Соловьева, Ю. Н. Конкурентные преимущества и бенчмаркинг : учебное пособие для вузов / Ю. Н. Соловьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 139 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11498-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489582> (дата обращения: 12.01.2022).
3. Теория организации : учебник и практикум для вузов / Г. Р. Латфуллин [и др.] ; под редакцией Г. Р. Латфуллина, О. Н. Громовой, А. В. Райченко. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 156 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01187-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489916>
4. Чернопяттов, А. М. Бенчмаркинг : учебное пособие / А. М. Чернопяттов. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 151 с. — ISBN 978-5-4486-0151-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/70760.html>
5. Чернышева, А. М. Бенчмаркинг : учебно-методическое пособие / А. М. Чернышева. — Москва : Российский университет дружбы народов, 2019. — 52 с. — ISBN 978-5-209-

09164-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/105789.html>

7.2. Дополнительная литература.

1. Борщевский, Г. А. Управление государственными программами и проектами : практическое пособие для вузов / Г. А. Борщевский. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14821-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/481974>
2. Корнеева, И. В. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 436 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03565-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451956>
3. Маркетинг территорий : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03593-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450188>
4. Семеркова, Л. Н. Формирование механизма бенчмаркинг-взаимодействия предприятий в сфере инновационной деятельности: монография / Семеркова Л.Н., Шерстобитова Т.И. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 160 с. (Научная мысль) (Обложка. КБС) ISBN 978-5-16-013741-4. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/952145>

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1. Минько Э.В. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 351 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714>
2. Родионова Н.В. Методы исследования в менеджменте. Организация исследовательской деятельности. Модуль I [Электронный ресурс]: учебник / Н. В. Родионова. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 416 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119007>
3. Цахаев Р.К. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ Р.К.Цахаев, Т.В. Муртазалиева. – 2-е изд. – М.: Дашков и К, 2013. 552с. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view&book_id=135038

7.3. Нормативные правовые документы.

Не предусмотрено.

7.4. Интернет-ресурсы.

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы

- Электронные учебники электронно - библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно – библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист - Вью»
- Энциклопедии, словари, справочники «Рубрикон»
- Полные тексты диссертаций и авторефератов Электронная Библиотека Диссертаций РГБ

- Информационно-правовые базы - Консультант плюс, Гарант.
Англоязычные ресурсы
- EBSCO Publishing – доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов.
- Emerald – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

Возможно использование, кроме вышеперечисленных ресурсов, и других электронных ресурсов сети Интернет.

7.5. Иные источники.

<http://www.marketing.spb.ru/read/m12/index.htm>

<http://www.benchmarking.ru/>

<http://www.benchmarkingclub.ru/>

<http://www.benchnet.com/>

<http://www.benchmarkingnetwork.com/>

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Характеристики аудиторий (помещений, мест) для проведения занятий

Для проведения занятий необходимы стандартно оборудованные учебные кабинеты и компьютерные классы, соответствующие санитарным и строительным нормам и правилам.

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций:
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.

На семинарских занятиях используется следующее программное обеспечение:

- программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет (например, «Google chrome»);
- программы, демонстрации видео материалов (например, проигрыватель «Windows Media Player»);
- программы для демонстрации и создания презентаций (например, «Microsoft Power Point»);
- пакеты прикладных программ SPSS/PC+, STATISTIKA,
- программные комплексы Word, ТЕСТУНИВЕРСАЛ,
- правовые базы данных «Консультант+», «Гарант», «Кодекс», «Эталон».

В учебном процессе допускается применение онлайн-платформ Teams, Zoom, Skype for Business, а также системы дистанционного обучения LMS Moodle.