



АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ
«БЕНЧМАРКІНГ» - дисципліна вільного вибору студента
ступеня вищої освіти «бакалавр».
Викладається кафедрою маркетингу

1. Мета опанування дисципліни.

Мета навчальної дисципліни полягає у формуванні теоретичних і прикладних знань у галузі маркетингових прийомів формування і управління бенчмаркінгом, формуванні у студентів розуміння і практичного уміння проведення внутрішнього і зовнішнього бенчмаркінгу, планування бенчмаркінгових проектів.

2. В результаті вивчення дисципліни студент буде:

ЗНАТИ:

- теоретико-методологічні основи бенчмаркінгу;
- типи, види й процеси бенчмаркінгу;
- етапи проведення бенчмаркінгу;
- технології розрахунку ризику від впровадження бенчмаркінгових проектів;
- шляхи й напрями підвищення ефективності діяльності підприємства з використанням бенчмаркінгу.

ВМІТИ:

- проводити бенчмаркінгові дослідження;
- розробляти бенчмаркінгові плани;
- впроваджувати бенчмаркінг в діяльність сучасних підприємств;
- проводити аналіз конкурентного середовища;
- здійснювати планування та організацію основних етапів бенчмаркінга,
- використовувати у практичній діяльності організації інформацію, отриману в результаті маркетингових досліджень і порівняльного аналізу кращих практик у менеджменті.

3. Перелік компетенцій, яких набуде студент після опанування даної дисципліни:

1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
2. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
3. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
5. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій
6. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
7. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
8. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
9. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
10. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
11. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

4. Сфера реалізації набутих знань і вмінь у майбутній професії

Знання та вміння у межах тематики дисципліни необхідні майбутнім маркетологам для набуття теоретичних знань та практичних вмінь щодо реалізації інструментів бенчмаркінгу, ведення конкурентної боротьби та ефективною реалізації маркетингових стратегій.

5. Зміст дисципліни розкривається в наступних темах:

1. Поняття види і основні принципи бенчмаркінгу
2. Механізм бенчмаркінгового аналізу
3. Системи бенчмаркінгових досліджень і бенчмаркінгової інформації
4. Організація бенчмаркінгу
5. Бенчмаркінг – основа забезпечення конкурентоспроможності підприємства
6. Стратегічний бенчмаркінг