

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Игнатенко Виталий Иванович

Должность: Проректор по образовательной деятельности и молодежной политике

Дата подписания: 07.08.2025 12:20:06

Уникальный программный ключ:

a49ae343af5448d4547c7e1e499659da8109ba78

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Заполярье государственный университет им. Н. М. Федоровского»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине

Бенчмаркинг и методики его использования

Уровень образования: бакалавриат

Кафедра «Экономика, менеджмент и организация производства»

Разработчик ФОС:

кандидат экономических наук, Доцент, Н.А. Торгашова _____

Н.А. Торгашова

Оценочные материалы по дисциплине рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол № №7 от 17.03.2025 г.

Заведующий кафедрой _____ к.э.н., доцент Н.А. Торгашова

Фонд оценочных средств по дисциплине Бенчмаркинг и методики его использования для текущей/ промежуточной аттестации разработан в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по специальности / направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент на основе Рабочей программы дисциплины Бенчмаркинг и методики его использования, утвержденной решением ученого совета от 17.03.2025 г., Положения о формировании Фонда оценочных средств по дисциплине (ФОС), Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ЗГУ, Положения о государственной итоговой аттестации (ГИА) выпускников по образовательным программам высшего образования в ЗГУ им. Н.М. Федоровского.

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

Таблица 1. Компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.6 Определяет виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач, ориентируясь на успешные компании

Таблица 2. Паспорт фонда оценочных средств

№п/п	Контролируемые разделы(темы) дисциплины	Кодрезультата обучения по дисциплине/ модулю	Оценочные средства текущей аттестации		Оценочные средства промежуточной аттестации	
			Наименование	Форма	Наименование	Форма
5 семестр						

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций в ходе освоения образовательной программы.

2.1. Задания для текущего контроля успеваемости

1. Бенчмаркинг бренда.
2. Бизнес-процессы и проведение бенчмаркинга.
3. Взаимосвязь бенчмаркинга и конкурентных преимуществ.
4. Виды бенчмаркинга.
5. Индикаторы необходимости проведения бенчмаркинга.
6. Исследование сбыта, рекламы, ценовой политики.
7. История развития бенчмаркинга.
8. Источники информации, используемые в бенчмаркинге.
9. Классификация конкурентных стратегий
10. Конкурентная разведка как метод повышения конкурентоспособности предприятия.
11. Виды конкурентных преимуществ.
12. Концепции и направления маркетинга на предприятии.

13. Маркетинговые исследования при бенчмаркинге.
 14. Методы и принципы конкурентной разведки.
 15. Инструменты и технология конкурентной разведки.
 16. Методы прогнозирования и оценки стратегической конкурентоспособности объектов.
 17. Механизм реализации стратегии повышения конкурентоспособности организации.
 18. Основные этапы процесса бенчмаркинга.
 19. Отличие конкурентной разведки от шпионажа.
 20. Оценка проведения бенчмаркинга на предприятии.
 21. Оценка работы персонала и степени обслуживания клиентов: сущность, цели, этапы.
 22. Оценка степени лояльности и удовлетворенности потребителей.
 23. Особенности инструментов стратегического анализа.
 24. Основные формы недобросовестной конкуренции.
 25. Характерные особенности риска, основные источники его возникновения.
 26. Основные пути и методы снижения риска.
 27. Понятие "бенчмаркинг", его основные цели и задачи.
 28. Основные принципы бенчмаркинга.
 29. Основные этапы проведения бенчмаркинга на предприятии.
 30. Методы конкурентного анализа, их особенности.
 31. Понятие и сущность конкурентоспособности.
 32. Методы оценки конкурентоспособности.
 33. Понятие и сущность экономического эффекта.
 34. Методы оценки экономического эффекта.
 35. Эволюционное развитие бенчмаркинга.
 36. Особенности развития бенчмаркинга в России и за рубежом.
 37. Функции бенчмаркинга.
 38. Перспективы использования бенчмаркинга для развития бизнеса.
 39. Бенчмаркинг как основа успешной стратегии развития бизнеса.
 40. Внешний конкурентный бенчмаркинг: сущность, значение.
 41. Внутренний бенчмаркинг: сущность, значение.
 42. Конкурентный бенчмаркинг, его характеристика.
 43. Основные этапы конкурентного анализа.
 44. Функциональный бенчмаркинг: сущность, особенности применения.
 45. Методические основы оценки эффективности бенчмаркинга
 46. Методы сбора информации в процессе маркетинговых исследований
 47. Методы анализа данных в процессе маркетингового исследования.

2.2 Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

1. Бенчмаркинг в системе управления маркетинговой деятельностью предприятия
2. Примеры бенчмаркинга в системе управления в российских компаниях
3. Бенчмаркинг в России
4. Приёмы инновационного менеджмента, воздействующие на производство инноваций: бенчмаркинг.
5. Использование технологий бенчмаркинга за рубежом на примере какой-то компании
6. Форсайт и бенчмаркинг как инструменты ценностно-ориентированного менеджмента

7. Этапы процесса бенчмаркинга.

Тестовые задания

1. Базовые понятия:

- Первым этапом «колеса бенчмаркинга» является:
а) планирование; б) поиск; в) наблюдение; г) анализ.
- Страна-родоначальник бенчмаркинга:
а) США; б) Япония; в) Германия; г) Китай.

2. Классификация методов:

- Установите соответствие видов бенчмаркинга:
- Внутренний: сравнение подразделений внутри компании[^].
- Функциональный: анализ процессов у организаций из других отраслей[^].
- Стратегический: долгосрочное сравнение бизнес-моделей[^].

Практические задания

1. Кейс-анализ:

- На примере «Д-Банка» оцените эффективность внутреннего бенчмаркинга, направленного на совершенствование работы отдела по управлению частным капиталом.
- Разработайте план внедрения лучших практик из зарубежных филиалов в российское подразделение компании[^].

2. Расчетные задачи:

- Рассчитайте индекс Херфиндаля-Хиршмана для оценки уровня монополизации рынка[^].
- Определите экономический эффект от внедрения бенчмаркинг-инициативы, если затраты составили 500 тыс. руб., а годовая прибыль выросла на 1,2 млн руб.[^].

Критерии оценивания

- Тесты:
 - 5 баллов — 90–100% правильных ответов;
 - 4 балла — 75–89%;
 - 3 балла — 60–74%.
- Кейсы:
 - Отлично — решение содержит инновационные предложения с ссылками на нормативные акты;
 - Удовлетворительно — частичное решение без глубокой аргументации.

Творческие задания

1. Эссе:

- «Роль бенчмаркинга в цифровой трансформации бизнеса».
- «Этические риски конкурентной разведки».

2. Презентации:

- «Сравнение методов бенчмаркинга в B2B и B2C-секторах».
- «Интеграция бенчмаркинга с CRM-системами».

Контрольные вопросы для аттестации

1. Теория:

- Перечислите этапы бенчмаркинга (поиск, анализ, адаптация, внедрение)[^].
- Назовите инструменты сбора данных для конкурентного анализа (опросы, базы данных, отчеты Росстата)[^].

2. Практика:

- Как выбрать партнера для стратегического бенчмаркинга?
- Какие метрики использовать для оценки эффективности внедренных практик?

Текущий контроль проводится в виде: опроса на занятиях, проверочных и

самостоятельных работ, промежуточная аттестация - тестирование