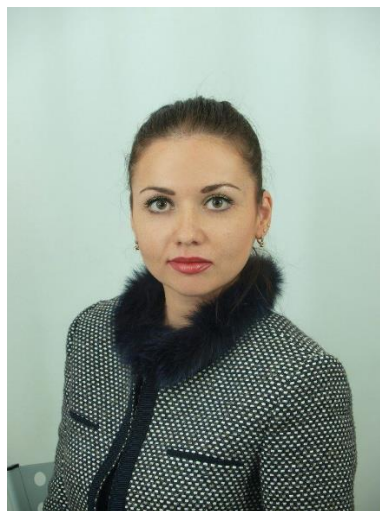




БЕНЧМАРКІНГ У МЕНЕДЖМЕНТІ

Назва дисципліни за вибором



**СЛАСТЯНИКОВА
Анжеліка Ігорівна**

Кандидат економічних
наук

Профайл викладача:

[http://econmgmt.uipa.edu.ua/?
page_id=1336](http://econmgmt.uipa.edu.ua/?page_id=1336)

Анотація: Дисципліна «Бенчмаркінг у менеджменті» надає студентам знання та навички використання бенчмаркінгу як інструменту для порівняння та вдосконалення бізнес-процесів. Курс охоплює основи бенчмаркінгу, різні типи порівнянь, методи збору даних і аналітики, а також застосування отриманих результатів для підвищення ефективності організації. Студенти дізнаються, як використовувати бенчмаркінг для управління якістю, стратегічного планування, управління ризиками та оптимізації бізнес-процесів. Курс орієнтований на практичне застосування бенчмаркінгу в умовах змінюваного бізнес-середовища для досягнення конкурентних переваг і сталого розвитку.

Метою вивчення дисципліни є розвиток у студентів знань і навичок використання бенчмаркінгу як інструменту для порівняння, аналізу та вдосконалення бізнес-процесів, що дозволяє підвищити ефективність організації, оптимізувати її стратегії, покращити управління якістю та забезпечити конкурентні переваги на ринку.

Очікувані результати навчання:

За результатами навчання студент буде:

знати: основні принципи та методи бенчмаркінгу в менеджменті; різні типи бенчмаркінгу: внутрішній, зовнішній, конкурентний, функціональний; процес збору та аналізу даних для бенчмаркінгових досліджень; методи оцінки ефективності бізнес-процесів та їх вплив на конкурентоспроможність організації; стратегії використання бенчмаркінгу для вдосконалення організаційних процесів і управлінських рішень.

вміти: проводити бенчмаркінг дослідження для порівняння бізнес-процесів; аналізувати та інтерпретувати результати бенчмаркінгу для визначення напрямків удосконалення; використовувати результати бенчмаркінгу для оптимізації бізнес-стратегій та управлінських рішень; розробляти стратегії для покращення ефективності організації на основі бенчмаркінгових даних; оцінювати вплив конкурентних стратегій на бізнес-показники організації та здійснювати порівняльний аналіз з лідерами галузі.

Теми аудиторних занять та самостійної роботи

Тема 1. Вступ до бенчмаркінгу: концепція, визначення та важливість для менеджменту (лекцій – 2 год., практ. – 2 год.)

Тема 2. Типи бенчмаркінгу: внутрішній, зовнішній, функціональний, конкурентний (лекцій – 2 год., практ. – 2 год.)

Тема 3. Процес бенчмаркінгу: етапи та методи збору даних (лекцій – 2 год., практ. – 2 год.)

Тема 4. Бенчмаркінг як інструмент підвищення ефективності організації (лекцій – 2 год., практ. – 2 год.)

Тема 5. Аналіз конкурентів за допомогою бенчмаркінгу (лекцій – 2 год., практ. – 2 год.)

Тема 6. Бенчмаркінг у сфері управління якістю (лекцій – 2 год., практ. – 2 год.)

Тема 7. Інструменти та технології для бенчмаркінгу в менеджменті (лекцій – 2 год., практ. – 2 год.)

Тема 8. Бенчмаркінг і стратегічне планування (лекцій – 2 год., практ. – 2 год.)

Тема 9. Ключові показники ефективності (KPI) та їх застосування в бенчмаркінгу (лекцій – 2 год., практ. – 2 год.)

Тема 10. Бенчмаркінг у кризових ситуаціях та управлінні змінами (лекцій – 2 год., практ. – 2 год.)

Мова викладання навчальної дисципліни – Українська.

Формат навчальної дисципліни – Змішаний (blended).

Курс: 3

Семестр: 6

Обсяг дисципліни – 90 годин (3 кредити).

Структура дисципліни – Лекції – 20 годин, Практичні заняття – 20 годин, Самостійна робота – 50 годин.

Підсумковий контроль – Екзамен.

Технічне й програмне забезпечення та/або обладнання – комп'ютер, екран, колонки.