

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Бенчмаркинг в туристической деятельности

Авторы:

Арутюнян Карен Сейранович, преподаватель

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.04.02 Менеджмент, «Стратегическое развитие туризма»

Квалификация (степень) выпускника:

Магистр

Форма обучения: очная**Цель освоения дисциплины:**

Сформировать способность анализировать, проектировать, внедрять и контролировать процессы и административный регламент, применять навыки планирования и организации маркетинговых исследований, системы мониторинга внешней и внутренней среды предприятия

План курса:

Тема 1. Теоретические основы бенчмаркинга.

Понятие, сущность бенчмаркинга. Эволюционное развитие бенчмаркинга. Функции бенчмаркинга. Основные понятия и преимущества бенчмаркинга. Задачи и функции бенчмаркинга. Этапы развития бенчмаркинга

Тема 2. Основные виды бенчмаркинга и их особенности.

Принципы бенчмаркинга. Виды бенчмаркинга. Предпосылки проведения бенчмаркинга. Принципы по Г. Ватсону. Сравнительный анализ видов бенчмаркинга

Тема 3. Организация бенчмаркинга.

Цели и задачи бенчмаркинга. Этапы организации бенчмаркинга. Модели бенчмаркинга. Цикл Деминга как основа бенчмаркинга. Основные этапы организации бенчмаркинга: планирование, исследование, наблюдение, анализ, адаптация, улучшение. Методы анализа бизнес-процессов предприятия.

Тема 4. Особенности проведения бенчмаркинга в России и за рубежом.

Особенности применения бенчмаркинга. Особенности применения бенчмаркинга за рубежом. Правовое обеспечение бенчмаркинга. Тенденции применения бенчмаркинга. Перспективы развития технологии бенчмаркинга в России и за рубежом. Подходы к применению инструментария бенчмаркинга в России и за рубежом. Правила применения бенчмаркинга

Тема 5. Экономический эффект от использования бенчмаркинга.

Понятие, сущность экономического эффекта. Методы оценки экономической эффективности применения бенчмаркинга. Виды и формы экономического эффекта. Показатели оценки эффективности применения бенчмаркинга. Факторы успеха бенчмаркинг-проекта

Тема 6. Планирование бенчмаркинг-проекта.

Структура и основные положения бенчмаркинг-проекта. Планирование проекта. Выбор предмета для сравнения. Анализ данных. Внедрение бенчмаркетинг-проекта. Управление инновационными проектами и процессами

Тема 7. Основные принципы концепции бенчмаркетинга.

Концентрация внимания на качестве. Необходимость и важность бизнес-процессов. Учет несовершенства моделей применяемых в процессе планирования бенчмаркетинга. Перманентное проведение внешнего бенчмаркетинга. Бенчмаркетинг как фактор выживания предприятия. Концепция ценностной модели спроса. Проблемы управления эффективностью деятельности в области внутреннего маркетинга.

Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

В ходе реализации дисциплины «Бенчмаркинг в туристической деятельности» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
Теоретические основы бенчмаркинга	Эссе
Основные виды бенчмаркинга и их особенности	Реферат
Организация бенчмаркинга	Эссе
Особенности проведения бенчмаркинга в России и за рубежом	Эссе
Экономический эффект от использования бенчмаркинга	Эссе
Планирование бенчмаркинг-проекта	Реферат
Основные принципы концепции бенчмаркинга	Реферат

Зачет с оценкой в виде устного опроса с разбором типовых ситуаций.

Основная литература.

1. Соловьева, Ю. Н. Конкурентные преимущества и бенчмаркинг : учебное пособие для вузов / Ю. Н. Соловьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. <https://urait.ru/bcode/469403>
2. Дианова, В. А. Управление конкурентоспособностью организации : практикум для обучающихся по направлению подготовки бакалавриата «Менеджмент» / В. А. Дианова, Н. С. Безуглая. — Краснодар, Саратов : Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2018. <https://www.iprbookshop.ru/78045.html>