

Білоцерківський національний аграрний університет
Економічний факультет

Кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

	<p align="center">СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «БЕНЧМАРКІНГ»</p> <p align="center">Галузь знань – 07 Управління та адміністрування (D Бізнес, адміністрування та право) Спеціальність – 075 Маркетинг (D5 Маркетинг) Освітня програма – Маркетинг</p>
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Компонент освітньої програми:	вибірковий
Кількість кредитів ECTS / загальна кількість годин	4 кредити / 120 годин
Семестр	7
Форма контролю	залік
Мова викладання	українська
<p>Профайл викладачів</p> 	<p>Непочатенко Андрій Вікторович Посада: доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Вчене звання: доцент Науковий ступінь: кандидат економічних наук Робоче місце: навчальний корпус №4 (пл. Соборна, 8/1), 115 ауд. (кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності). E-mail: andrii.nepochatenko@btsau.edu.ua Зв'язок з викладачем:+380955936940</p>
Опис дисципліни	Дисципліна «Бенчмаркінг» спрямована на формування у здобувачів вищої освіти системи теоретичних знань про бенчмаркінг як сучасну управлінську технологію та практичних навичок використання відповідного аналітичного інструментарію для обґрунтування відповідних управлінських рішень, які ґрунтуються на системному навчанні на кращих прикладах ведення бізнесу й сприяють забезпеченню успіху підприємства в умовах сучасного висококонкурентного ринкового середовища.
Передумови для вивчення дисципліни	Вибіркова навчальна дисципліна «Бенчмаркінг» базується на знаннях таких дисциплін як: «Правознавство», «Маркетинг», «Менеджмент», «Маркетингові дослідження».
Мета вивчення дисципліни	Метою вивчення дисципліни «Бенчмаркінг» є формування у здобувачів вищої освіти самостійного професійного мислення на основі комплексного вивчення сутності бенчмаркінгу й формування навичок розробки бенчмаркінгових проектів і

	<p>програм, а також управління процесом їх впровадження в підприємствах (установах, організаціях) різних галузей і сфер діяльності.</p>
Формат дисципліни	<p><i>Для денної форми</i> навчання дисципліна викладається в очному форматі, із застосуванням мультимедійних засобів. За необхідності (індивідуальні графіки, дуальна форма навчання, дистанційна тощо) можуть використані платформи Moodle, ZOOM. Формат проведення дисципліни є змішаним: поєднання як традиційних форм навчання з елементами дистанційного навчання.</p> <p><i>Для заочної форми</i> навчання дисципліна викладається у форматі поєднання самостійної роботи студента та сесійних занять. Основний обсяг матеріалу студенти опрацьовують самостійно за наданими методичними рекомендаціями, підручниками та електронними ресурсами. Під час навчальних сесій проводяться установчі лекції, практичні та консультаційні заняття, де розглядаються ключові теми курсу та виконуються завдання прикладного характеру. Для підтримки навчального процесу активно застосовуються електронні освітні платформи (Moodle, ZOOM тощо), що забезпечує можливість дистанційних консультацій, перевірки індивідуальних завдань.</p>
Компетентності відповідно до Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг (D5 Маркетинг)	<p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
Очікувані результати навчання	<p>Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати</p>

	<p>управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p>
<p>Структура курсу</p>	<p><i>Змістовий модуль 1. Теоретико-організаційні основи бенчмаркінгу</i></p> <p>Тема 1.1. Поняття, види і основні принципи бенчмаркінгу</p> <p>Тема 1.2. Механізм бенчмаркінгового аналізу</p> <p>Тема 1.3. Системи бенчмаркінгових досліджень. Організація бенчмаркінгових досліджень</p> <p><i>Змістовий модуль 2. Практичні аспекти бенчмаркінгу</i></p> <p>Тема 2.1. Конкурентна розвідка та кодекс поведінки в бенчмаркінгу</p> <p>Тема 2.2. Оцінка середовища в бенчмаркінгу. Стратегічний та операційний бенчмаркінг.</p>
<p>Методи навчання</p>	<p>Під час лекційного курсу застосовуються слайдові презентації у програмі Microsoft Office PowerPoint, дискусійне обговорення проблемних питань.</p> <p>Під час практичних занять використовуються: розрахункові та ситуаційні завдання, навчальні та контролюючі тести, презентації, друковані роздаткові матеріали, дискусії, диспути, робота в малих групах, круглі столи, мозкові атаки.</p> <p>При виконанні індивідуально-дослідних робіт та самостійної роботи використовується: творчі роботи, виступи, есе, презентації, конспектування, самооцінка знань.</p>
<p>Політика</p>	<p>Політика щодо академічної доброчесності: очікується, що письмові роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента (списування, відсутність посилань на використані джерела, фабрикація, фальсифікація, обман) є підставою для її незарахування викладачем.</p> <p>Політика щодо відвідування занять: очікується, що студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. Відпрацювання пропущених занять згідно графіку консультацій викладача. За об'єктивних причин навчання може відбуватись в он-лайн режимі.</p> <p>Політика щодо дедлайнів і перескладання: студенти мають дотримуватись термінів виконання усіх видів робіт.</p> <p>Політика щодо виконання завдань: позитивно оцінюється</p>

	<p>відповідальність, старанність, креативність.</p> <p>Політика оцінювання: засоби та критерії оцінювання прописані в робочій програмі дисципліни, розміщеної на платформі Е-навчання Білоцерківського НАУ (Moodle).</p>
<p>Рекомендовані джерела інформації</p>	<p style="text-align: center;">Основна література</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Копотун І.М., Падалка А.М., Кузмічова-Кисиленко Є.В. Конкурентна розвідка: навч. посібник: Ірпінь: Університет ДФС України, 2020. 188 с. URL: http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5974/1/6179_IR.pdf 2. Кравець О.В. Бенчмаркінг як метод для покращення діяльності підприємства. <i>Актуальні проблеми економіки</i>. 2023. № 12. С. 56-63. URL: https://surl.li/ajahwh 3. Jesus T. Pastor, José L. Zofío, Juan Aparicio. Benchmarking Economic Efficiency: Technical and Allocative Fundamentals. UK: Springer: 2022. 640 p. URL: https://surl.li/bbsgcz 4. Mihai Ana Maria. Business Benchmark Pre-Int to Interm. Teacher's Resource Book. UK: Cambridge University Press, 2017. 182 p. URL: https://kupdf.net/download/business-benchmark-pre-int-to-interm-teacher-39-s-resource-book_5b0adc43e2b6f5f40ff2aadf_pdf 5. Федорченко А.В., Ларіна Я.С., Ремезь Ю.Б. Бенчмаркінг: навчальний посібник. Одеса: «Олді+». 2023. 472 с. URL: https://knushop.com.ua/books/economics?product_id=2412 <p style="text-align: center;">Додаткова література</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Андрущенко О. С., Харасанджянц О. Г. Використання потенціалу бенчмаркінгу інклюзивного туризму у вітчизняній практиці. <i>Причорноморські економічні студії</i>. 2022. № 78. С. 136-142. URL: http://bses.in.ua/journals/2022/78_2022/23.pdf 2. Завербний А.С., Ніценко Д.О. Проблеми та перспективи застосування бенчмаркінгу підприємствами як елемент конкурентного розвитку. <i>Економіка та суспільство</i>. 2022. № 45. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1947 3. Кравець О. В. Бенчмаркінг як метод для покращення діяльності підприємства. <i>Актуальні проблеми економіки</i>. 2023. № 12. С. 56-63. URL: https://surl.li/doakoz 4. Навольська Н.В. Бенчмаркінг як дієвий інструмент забезпечення ефективності діяльності підприємств. <i>Бізнес-навігатор</i>. 2020. № 3 (59). С. 105–109. URL: https://surl.li/ohxcbb 5. Палехова Л.Л. Стратегія бенчмаркінгу для планування сталого розвитку підприємства у промислових ланцюгах створення вартості. <i>Economics Bulletin</i>. 2021. №3. С. 54–61. URL: https://ev.nmu.org.ua/docs/2021/3/EV20213_054-061.pdf 6. Ханлар Махмудов, Неля Волкова. Бенчмаркінг в контексті конкурентного розвитку аграрних підприємств. <i>Наукові інновації та передові технології</i>. 2022. № 1 (3). С 156–164. URL: http://perspectives.pp.ua/index.php/nauka/article/view/892/892 7. Шевченко В. М., Тараненко І.В., Яременко С.С., Хрпко Д.О. Конкурентний бенчмаркінг як інструмент підвищення конкурентоспроможності аграрного підприємства. <i>Агроевіт</i>. 2023. № 18. С. 43-50. URL: https://surl.li/ivvnwj 8. Шостак І.В., Плисенко Г.П. Бенчмаркінг складових ESG:

теоретико-методичний аспект. *Актуальні проблеми економіки*. 2024. № 4. С. 105-112. URL: <https://surl.li/ywfnac>

Інформаційні ресурси

1. Нормативні акти України. URL: <http://www.nau.kiev.ua>.
2. Навчально-інформаційний портал БНАУ Moodle. URL: <https://teach.btsau.net.ua/>
3. Наукова бібліотека БНАУ. URL: <https://library.btsau.edu.ua/>
4. Інституційний репозитарій БНАУ: URL: <https://rep.btsau.edu.ua/>
5. Українська Асоціація Маркетингу. URL: <http://www.uam.in.ua>
6. Американська асоціація маркетингу. URL: <https://www.ama.org>.
7. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua>.
8. Сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.