

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Економічний факультет
Кафедра економіки підприємства

Затверджено
на засіданні кафедри економіки
підприємства економічного
факультету
Львівського національного
університету імені
Івана Франка
(протокол №1 від 1 вересня 2023р.)

Завідувач кафедри



— проф. Світлана УРБА

СИЛАБУС з навчальної дисципліни
«Бенчмаркінг»,
що викладається в межах ОПІ другого (магістерського) рівня
вищої освіти для здобувачів зі спеціальності
076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Львів 2023

Назва курсу	Бенчмаркінг
Адреса викладання курсу	79000, Україна, м. Львів, пр. Свободи, 18, економічний факультет Львівського національного університету імені Івана Франка
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна	Економічний факультет кафедра економіки підприємства
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	07 «Управління та адміністрування»; 076 «Підприємництво та торгівля»
Викладачі курсу	Дмитрук Вікторія Орестівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки підприємства
Контактна інформація викладачів	Viktoriya.Dmytruk@lnu.edu
Консультації по курсу відбуваються	Консультації в день проведення лекцій/практичних занять (або на онлайн платформі – MS Teams, Zoom, Google Classroom) за попередньою домовленістю з викладачем. Кафедра економіки підприємства, кім. 117, пр. Свободи, 18, м. Львів.
Сторінка курсу	
Інформація про курс	Дисципліна «Бенчмаркінг» є вибірковою дисципліною з спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» для освітньої програми «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», яка викладається в 3 семестрі в обсязі 3 кредити (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).
Коротка анотація курсу	Дисципліна покликана сформувати у студента систему теоретичних і практичних знань щодо суті та методології та інструментів бенчмаркінгу; переваг та недоліків різних його видів; місця та інтеграції його в загальну систему управління; критеріїв вибору доцільних його видів для конкретних бізнес-одиниць; ролі бенчмаркінгу у стратегічному розвитку бізнесу. Також курс спрямований на застосування цього інструменту в практиці українського бізнесу, а також формування навичок практичного застосування отриманих знань.
Мета та цілі дисципліни	Метою вивчення вибіркової дисципліни «Бенчмаркінг » є формування у студентів комплексу фундаментальних теоретичних і практичних знань про засади і методологію бенчмаркінгу. Основними завданнями дисципліни «Бенчмаркінг » є: <ul style="list-style-type: none"> - вивчення основних теоретичних основ бенчмаркінгу; - вивчення досвіду застосування бенчмаркінгу в різних сферах; - оволодіння технологією бенчмаркінгу; - набуття практичних навичок застосування бенчмаркінгу та імплементації його результатів; - здатність оцінювати ефект від застосування бенчмаркінгу.
Література для вивчення дисципліни	Основна література:

1. Дячок І. Бенчмаркінг як інструмент вдосконалення бізнесу: суть, види та особливості проведення / І. Дячок, М.Тепла // Вісник ЛНУ. Серія «Економіка». – Вип. 44. – С. 595-605.
2. Дубодєлова А. Класифікація видів і сфери застосування бенчмаркінгу в системі менеджменту підприємства / А. Дубодєлова, О. Юринець, А. Катаєв// Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2010. - No 1
https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2010_1_1_02_106.pdf
- 3.
4. Кемп Р. Легальне промислове шпигунство: Бенчмаркінг бізнес-процесів: технології пошуку та впровадження кращих методів роботи ваших конкурентів: перекл. з англ. / Р. Кемп; під ред. О.Б. Максимової. - Дніпропетровськ: Баланс-Клуб, 2004. - 416 с
5. Конкурентна розвідка: навч. посібник: / І.М. Копотун, А.М. Падалка, Є.В. Кузмічова-Кисиленко та ін. Ірпінь: Університет ДФС України, 2020. 188 с.
6. Фещур Р.В Бенчмаркінг як ефективний засіб зниження витрат виробництва/ Р.В. Фещур, Н.Р. Яворська, Т.В. Меренюк // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://vlp.com.ua/files/08_31.pdf
7. Христенко О. Застосування бенчмаркінгу в системі управління підприємством/ О. Христенко// Фінансовий простір.- 2018.- No 1 (29)
<https://ofp.cibs.ubs.edu.ua/files/1801/18hovsup.pdf>

Додаткова література:

8. Бублик М.І. Бенчмаркінг як спосіб одержання конкурентних переваг./ Бублик М.І., Хім'як М.М., Лібер М.В // Науковий вісник НЛТУ України. -2009. -Вип.19.5. -С.136–139. Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/benchmarking-yak-sposib-oderzhannya-konkurentnih-perevag>
9. Герасимчук Л.М. Бенчмаркінг на підприємстві в умовах глобалізації / Л.М. Герасимчук, Л.С. Паньковська // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – No 3. – Т.3. – С. 99-103.
10. Ладонько Л.С. Використання бенчмаркінгу у формуванні конкурентноспроможного профілю підприємства / Л.С. Ладонько, І.В. Калінько, Г.В. Старченко // Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2010. – No4 (8). – С. 163-172.
11. Морщенок Т.С. Бенчмаркінг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємницьких структур // Економіка та управління підприємствами. – 2017.-№9
12. Панкратова Л. Бенчмаркінг як інструмент управління ефективністю підприємства в Україні /Л. Панкратова, О. Макушок, В. Бобко // Східна Європа: економіка, бізнес та управління.- 2020. - Випуск 3 (26) http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/26_2020/16.pdf

	<p>13. Перерва П. Бенчмаркінг конкурентних переваг /П. Перерва, Н. Ткачова Н.// [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://doi.org/10.20535/2307-5651.13.2016.80335</p> <p>14. Попович Д.В. Бенчмаркінг як дієвий інструмент управління ефективністю підприємства / Д.В. Попович // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. - Випуск 4.</p> <p>15. Шеремет Д. Стратегічний бенчмаркінг – новітній інструмент сучасного менеджменту/ Д. Шеремет [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/02/532.pdf</p> <p>16. Яшкіна Н.В. Об'єктивна необхідність застосування бенчмаркінгу / Н.В. Яшкіна // Економіка АПК. – 2010. – №8. – С. 46-49.</p>
Тривалість курсу	Один семестр
Обсяг курсу	<p>90 годин.</p> <p>Для денної форми навчання: 24 години аудиторних занять: з них 16 годин лекцій, 8 годин практичних занять. Самостійна робота – 66 годин.</p> <p>Для заочної форми навчання: 14 годин аудиторних занять. З них 8 годин лекцій, 6 годин практичних занять. Самостійна робота – 76 годин.</p>
Очікувані результати навчання	<p>Після завершення курсу студент повинен:</p> <p>знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> • суть, завдання та методологію бенчмаркінгу. • переваги і недоліки різних видів, моделей бенчмаркінгу, а також критеріїв вибору необхідних його видів для конкретної бізнес-одиниці. • методологічні проблеми бенчмаркінгу, розуміння відмінностей застосування технології бенчмаркінгу у різних сферах управління та бізнесу <p>вміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> • визначати цілі впровадження бенчмаркінгу, здійснювати вибір його виду та моделі для конкретної бізнес одиниці, обрати необхідну методологію його впровадження. • використовувати бенчмаркінг для стратегічного розвитку підприємницьких структур та уміння його інтегрувати в загальну систему управління. • володіти категорійним та методичним апаратом бенчмаркінгу, володіти інструментами комунікацій з потенційними партнерами. • виробляти нові підходи до впровадження бенчмаркінгу для конкретної бізнес-одиниці та спрогнозувати ефект від його використання. <p>У результаті вивчення дисципліни студент набуває:</p> <p>Загальні компетентності (ЗК):</p> <p>ЗК2. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.</p> <p>Спеціальні (фахові) компетентності (СК):</p>

	<p>СК 3. Здатність до ефективного управління діяльністю суб'єктів господарювання в сфері підприємництва, торгівлі та/або біржової діяльності.</p> <p>Програмні результати навчання:</p> <p>ПРН 2. Визначати, аналізувати проблеми підприємництва, торгівлі і біржової діяльності та розробляти заходи щодо їх вирішення.</p> <p>ПРН 5. Вміти професійно, в повному обсязі й з творчою самореалізацією виконувати поставлені завдання у сфері підприємництва, торгівлі та/або біржової діяльності.</p> <p>ПРН 6. Вміти розробляти та впроваджувати заходи для забезпечення якості виконуваних робіт і визначати їх ефективність.</p> <p>ПРН 11. Впроваджувати інноваційні проекти з метою створення умов для ефективного функціонування та розвитку підприємницьких, торговельних та/або біржових структур.</p>
Ключові слова	Бенчмаркінг, управління; бізнес-процеси; конкурентоспроможність; розвиток; аналіз, інструмент розвитку, технологія, філософія
Формат курсу	Очний/заочний
	Проведення лекцій, практичних занять та консультації для кращого розуміння тем навчальної дисципліни.
Теми	<p>Тема 1. Суть концепції бенчмаркінгу</p> <p>Тема 2. Технології бенчмаркінгу</p> <p>Тема 3. Ділова розвідка та промислове шпигунство. Бенчмаркінгові дослідження.</p> <p>Тема 4. Бенчмаркінг в системі управління підприємством. Впровадження бенчмаркінгу на підприємстві.</p> <p>Тема 5. Сфери використання бенчмаркінгу як інструмента розвитку бізнесу.</p> <p>Тема 6. Світові стратегії бенчмаркінгу. Досвід практичного застосування бенчмаркінгу в Україні.</p>
Підсумковий контроль, форма	<p>Залік у кінці семестру.</p> <p>При викладанні дисципліни «Бенчмаркінг» використовуються такі методи контролю:</p> <p>Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять й змістових модулів і має за мету перевірку рівня підготовки студента до виконання конкретної роботи. Його інструментами є контрольні роботи і тестування.</p>
Пререквізити	Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з таких дисциплін як основи бізнесу, маркетинг, стратегія бізнесу.
Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватись під час викладання курсу	<p>Основними методами навчання, що використовуються в процесі викладання навчальної дисципліни «Бенчмаркінг» є:</p> <ul style="list-style-type: none"> – метод передачі і сприйняття навчальної інформації, пробудження наукового інтересу (лекції, ілюстрації, презентації);

	<ul style="list-style-type: none"> – метод практичного засвоєння курсу з допомогою складання тестових завдань, вирішення задач та ситуацій з метою набування умінь і практичних навичок (практичні заняття); – метод модульного контролю з допомогою періодичного складання модулів за тематикою лекційних та практичних занять; – метод самостійного засвоєння студентами навчального матеріалу у вигляді складання тестів, вирішення задач та ситуацій, написання рефератів на підставі самостійно опрацьованої базової літератури та додаткових джерел інформації (в т.ч. законодавчих актів) з метою конкретизації й поглиблення базових знань, необхідних умінь та практичних навичок (самостійна робота); – електронні матеріали з відповідного курсу та інших пов'язаних курсів у системах (платформах) Microsoft Teams. <p>Під час навчання застосовуватимуться презентація, лекції, комплексні модулі та завдання, електронні матеріали з відповідного курсу, колаборативне навчання (групові проекти, спільні розробки), дискусія, підготовка кваліфікаційної роботи, написання наукових праць та розробок.</p>
Необхідне обладнання	<p>Вивчення курсу «Бенчмаркінг» потребує використання комп'ютера, загально вживаних програм і операційних систем з метою подання електронних матеріалів (електронна пошта, платформи Microsoft Teams,), мультимедійного проектора, дошки, крейди.</p>
Критерії оцінювання	<p>Оцінювання проводиться за 100 бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням:</p> <ul style="list-style-type: none"> – практичні заняття – 30% семестрової оцінки, максимальна кількість балів – 30 балів; – модулі – 40% семестрової оцінки, максимальна кількість балів – 40 балів; – індивідуальне завдання – 30% семестрової оцінки, максимальна кількість балів – 30 балів. <p>Підсумкова максимальна кількість – 100 балів.</p> <p><i>Форма підсумкового контролю успішності навчання – залік.</i></p> <p>При викладанні дисципліни «Методологія наукових досліджень у підприємстві, торгівлі та біржовій діяльності» використовуються такі методи контролю:</p> <p>Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять й змістових модулів і має за мету перевірку рівня підготовки студента до виконання конкретної роботи. Його інструментами є контрольні роботи і тестування.</p> <p>Об'єктами поточного контролю знань студентів з дисципліни «Методологія наукових досліджень у підприємстві, торгівлі та біржовій діяльності» є:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) систематичність та активність роботи на практичних заняттях; 2) виконання модульних (контрольних) завдань; 3) підготовка і захист індивідуального завдання. <p>При оцінці систематичності та активності роботи студента на практичних заняттях враховується:</p>

- рівень знань, продемонстрований у відповідях на практичних заняттях;
- активність при обговоренні дискусійних питань;
- результати виконання практичних робіт, завдань поточного контролю тощо.

При оцінці виконання модульних (контрольних) завдань враховується загальний рівень теоретичних знань та практичні навички, набуті студентами під час опанування відповідного змістовного модуля.

Оцінювання індивідуального завдання здійснюється за сформованими критеріями, які охоплюють рівень виконаного завдання, а також продемонстровані знання в процесі його захисту.

Засоби діагностики успішності навчання

Контроль за навчально-пізнавальною діяльністю студентів є важливим структурним компонентом навчально-виховного процесу.

Підсумкове оцінювання знань студентів здійснюється за поточним та проміжним контролем знань упродовж семестру.

З метою перевірки якості підготовки, знань, умінь студента з дисципліни використовуються такі засоби оцінювання:

- для поточного контролю – усне опитування, проведення тестування, розгляд ситуацій, виконання індивідуальних завдань;
- для проміжного контролю – проведення модульного контролю, що включають тестування, теоретичні питання.

Засоби поточного контролю:

Засоби контролю	Кількість балів
Поточне опитування на практичних заняттях	30
Індивідуальне завдання	30
Змістовий модуль 1	40
Змістовий модуль 2	

Письмові роботи: Студенти виконують індивідуальне письмове завдання.

Академічна доброчесність: Роботи студентів мають бути їхніми оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману.

Відвідання занять є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися усіх строків визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом.

Література. Уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без

права її передачі третім особам. Студенти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих.

Політика виставлення балів. Враховуються бали набрані на поточному тестуванні, самостійній роботі та бали підсумкового тестування. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність студента під час практичного заняття; недопустимість пропусків та запізнь на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття в цілях не пов'язаних з навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання тощо.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
81-89	B	добре	
71-80	C		
61-70	D		
51-60	E	задовільно	не зараховано з можливістю повторного складання
0-50	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	

Питання до заліку

Перелік питань для проведення підсумкової оцінки знань

1. Суть концепції бенчмаркінгу.
2. Підходи до визначення сутності бенчмаркінгу.
3. Цілі бенчмаркінгу.
4. Основні відмінності бенчмаркінгу від конкурентного аналізу та маркетингового дослідження
5. Порівняння підходів бенчмаркінгу та конкурентного аналізу.
6. Етапи розвитку бенчмаркінгу. Зміна акцентів.
7. Види бенчмаркінгу
8. Основні складові бенчмаркінгу
9. Принципи бенчмаркінгу.
10. Етапи впровадження маркетингу на підприємстві.
11. Особливості впровадження бенчмаркінгу.
12. Бенчмаркінговий контроль. Сутність бенчмаркінгових мереж та їх види.
13. Сфери застосування бенчмаркінгу
14. Стратегічний бенчмаркінг.
15. Бенчмаркінг як інструмент вдосконалення бізнесу.
16. Бенчмаркінг конкурентних переваг.
17. Бенчмаркінг як інструмент зниження витрат

	<p>18. Бенчмаркінг як метод контролю якості.</p> <p>19. Місце бенчмаркінгу в системі управління підприємством.</p> <p>20. Особливості використання бенчмаркінгу. Чим не повинен бути бенчмаркінг.</p> <p>21. Ділова розвідка та відмінність її від промислового шпигунства. Класифікація джерел інформації.</p> <p>22. Способи отримання інформації про конкурентів.</p> <p>23. Модель промислового шпигунства. Етапи і методи дослідження конкурентного середовища</p> <p>24. Практики застосування бенчмаркінгу .Світові компанії які застосовують бенчмаркінг.</p> <p>25. Застосування бенчмаркінгу українськими компаніями.</p> <p>26. Перешкоди застосування бенчмаркінгової технології в Україні.</p> <p>27. Особливості бенчмаркінгу в умовах глобалізації</p>
Опитування	<p>Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню дисципліни «Методологія наукових досліджень у підприємстві, торгівлі та біржовій діяльності».</p>

