Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Соловьев Дмитрий Александрович

Должность: ректор ФГБОУ ВО Вавиловский университет

Дата подписания: 14.09.202/ 08:51:23

528682d78e671e566ab07f01fe1ba2172f735a12

Уникальный программный ключ: МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова»

УТВЕРЖДАЮ

ищий кафедрой Воротников И.Л./

20 € 1.

Приложение 1

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Дисциплина

БЕНЧМАРКИНГ В АПК

Направление подготовки

38.03.06 Торговое дело

Профиль подготовки

Маркетинг и рыночная аналитика в АПК

Квалификация

(степень)

выпускника

бакалавр

Нормативный срок

обучения .

4 года

Форма обучения

Очно-заочная

Кафедра-разработчик

Проектный менеджмент и

внешнеэкономическая деятельность в АП

Ведущий преподаватель

Родионова Ирина Анатольевна, профессор

Разработчик: профессор, Родионова И.А.

Саратов 2021

Содержание

1	Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процесс	
	освоения ОПОП	3
2	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различны:	4
	этапах их формирования, описание шкал оценивания	
3	Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для	6
	оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности	
	характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоени	
	образовательной программы	
4	Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний	17
	умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы и:	
	формирования	

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП

В результате изучения дисциплины «Бенчмаркинг в АПК» обучающиеся, в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12.08.2020 г. № 963, формируют следующие компетенции, указанные в таблице 1.

Формирование компетенций в процессе изучения дисциплины «Бенчмаркинг в АПК»

Таблица 1

К	омпетенция	Индикаторы	Этапы	Виды	Оценочные
Код	Наименование	достижения	формирования	занятий для	средства
		компетенций	компетенции в	формирован	для оценки
			процессе	РИ	уровня
			освоения ОПОП	компетенци	сформирова
			(семестр)*	И	нности
					компетенци
					И
1	2	3	4	5	6
ПК-1	Способен	$\Pi K - 1.9$	8	практически	устный
	анализировать	Применяет и		е занятия	опрос,
	показатели	адаптирует			письменный
	конкурентоспо	наилучшие			опрос
	собности	практики			
	предприятий	аграрных			
	АПК и	предприятий			
	привлекательн	для решения			
	ость их	оперативных и			
	потенциальных	тактических			
	рынков сбыта,	задач			
	количественны				
	е и				
	качественные				
	требования к				
	производствен				
	ным ресурсам,				
	оценивать				
	рациональност				
	ь их				
	использования,				
	моделировать				
	производствен				
	но-				
	экономические				
	и бизнес-				
	процессы для				
	оценки				
	эффективности				
	деятельности				

предприятий АПК		

Компетенция $\Pi K-1$ — также формируется в ходе освоения дисциплин: «Стратегический маркетинг в АПК», «Маркетинговые исследования», «Мировая экономика и международные экономические отношения», «Товароведение и стандартизация сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров», «Анализ отраслевых рынков», «Конкурентоспособность предприятий АПК», «Международный маркетинг в АПК», «Конкурентоспособность продовольственных товаров», «Конкурентоспособность сельскохозяйственного сырья», а также в ходе прохождения, ознакомительной, торгово-экономической и преддипломной практик, защиты выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты.

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Перечень оценочных средств*

перечень оценочных средеть								
No	Наименование	Краткая характеристика оценочного	Представление оценочного					
Π/Π	оценочного	средства средства в ФОС						
	средства							
1	собеседование	средство контроля, организованное	вопросы по темам					
		как специальная беседа	дисциплины:					
		педагогического работника с	- перечень вопросов для					
		обучающимся на темы, связанные с	устного опроса					
		изучаемой дисциплиной и	- задания для					
		рассчитанной на выяснение объема	самостоятельной работы					
		знаний обучающегося по						
		определенному разделу, теме,						
		проблеме и т.п.						
2	типовой расчет	метод, который позволяет выявить	банк заданий					
		уровень знаний, умений и навыков,						
		способностей и других качеств						
		личности, а также их соответствие						
		определенным нормам путем анализа						
		способов выполнения						
		обучающимися ряда специальных						
		заданий						
3	тестирование	метод, который позволяет выявить	комплект тестовых заданий					
		уровень знаний, умений и навыков,						
		способностей и других качеств						
		личности, а также их соответствие						
		определенным нормам путем анализа						
		способов выполнения						
		обучающимися ряда специальных						
		заданий						

		Код	
No	Контролируемые разделы	контролируемой	Наименование
Π/Π	(темы дисциплины)	компетенции	оценочного средства
11/11	(темы диециплины)	(или ее части)	оценочного средетва
1	2		4
1	=	3	4
1.	Бенчмаркинг: понятие, генезис Место бенчмаркинга в управления маркетингом на предприятии Современные направления и тенденции в развитии бенчмаркинга. Сферы применения бенчмаркинга. Развитие бенчмаркинга в России и за рубежом.	ПК-1	Самостоятельная работа
2.	Типы: внутренний, функциональный, конкурентный, общий и глобальный. Объекты: процессы, затраты, функции, стратегии, показатели, товары, услуги, потребители. Определение проблемы предприятия и формулирование целей бенчмаркинга. Гарантии в бенчмаркинговом альянсе. Основные принципы бенчмаркинга: взаимность, аналогия, измерение, достоверность. Кодекс поведения, основанный на законности, обмене и конфиденциальности.	ПК-1	Самостоятельная работа, типовой расчет
3.	Механизм проведения бенчмаркингового анализа в организации. Этапы проведения бенчмаркинга. Планирование бенчмаркинга. Определение предмета бенчмаркинга. Подбор и обучение персонала. Установление партнера. Определение метода сбора данных, сбор данных. Создание базы данных. Анализ данных. Определение расхождений, важных с точки зрения обеспечения конкурентоспособности. Планирование будущих показателей эффективности.	ПК-1	Самостоятельная работа, типовой расчет
4.	Интеграция бенчмаркинга. Сообщение о результатах исследований в организации. Пересмотр установленных целей и оперативных планов. Графическое представление результатов. Осуществление действий на основе проведенных исследований. Разработка плана действий. Осуществление изменений, мониторинг результатов. Повторная проверка контрольных точек бенчмаркинга.	ПК-1	Самостоятельная работа
5.	Экономический эффект от использования бенчмаркинга. Понятие, сущность экономического эффекта. Методы оценки	ПК-1	Самостоятельная работа, комплект тестовых заданий

№ п/п	Контролируемые разделы (темы дисциплины)	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
		(или ее части)	
1	2	3	4
	экономической эффективности применения бенчмаркинга.		

Описание показателей и критериев оценивания компетенций по дисциплине «Бенчмаркинг в АПК» на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Таблица 4

Код	Индикаторы	Показатели и критерии оценивания результатов обучения				
компетенци	достижения	ниже	пороговый	продвинут	высокий	
и, этапы	компетенций	порогового	уровень	ый уровень	уровень	
освоения		уровня	(удовлетвори	(хорошо)	(отлично)	
компетенци		(неудовлетвори	тельно)			
И		тельно)				
1	2	3	4	5	6	
ПК-1,	ПК – 1.9	обучающийся	обучающийс	обучающи	обучающийся	
8 семестр	Применяет и	не знает	Я	йся	демонстрирует	
	адаптирует	значительной	демонстриру	демонстри	знание	
	наилучшие	части	ет знания	рует	материала	
	практики	программного	только	знание	(содержание	
	аграрных	материала,	основного	материала,	бенчмаркинга	
	предприятий	плохо	материала,	не	в АПК, его	
	для решения	ориентируется в	но не знает	допускает	функции,	
	оперативных	материале	деталей,	существен	виды, систему	
	и тактических	(содержание	допускает	ных	исследования,	
	задач	бенчмаркинга в	неточности,	неточносте	организацию	
		АПК, его	допускает	й	проведения),	
		функции, виды,	неточности в		практики	
		систему	формулировк		применения	
		исследования,	ах, нарушает		материала,	
		организацию	логическую		исчерпывающе	
		проведения), не	последовател		И	
		знает практику	ьность в		последователь	
		применения	изложении		но, четко и	
		материала,	программног		логично	
		допускает	о материала		излагает	
		существенные			материал,	
		ошибки			хорошо	
					ориентируется	
					в материале, не	
					затрудняется с	
					ответом при	
					видоизменении	
					заданий	

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

3.1. Входной контроль

Вопросы входного контроля

- 1. Определение маркетинга и его роли в современном обществе.
- 2. Подходы к управлению маркетингом: концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга, концепция социально-этичного маркетинга.
 - 3. Цели системы маркетинга.
 - 4. Этапы процесса управления маркетингом.
 - 5. Выявление новых рынков с помощью сетки развития товара и рынка
 - 6. Позиционирование товара на рынке
- 7. Разработка комплекса маркетинга: определение и основные составляющие.
 - 8. Система маркетинговой информации.
 - 9. Этапы проведения маркетингового исследования.
 - 10. Выбор целей маркетингового исследования.
 - 11. Способы сбора первичных данных.
- 12. Маркетинговая среда: основные факторы микросреды функционирования фирмы.
 - 13. Четыре основных типа конкурентов.
 - 14. Разновидности контактных аудиторий фирмы.
- 15. Основные факторы макросреды функционирования фирм: демографические и экономические.
- 16. Основные факторы макросреды функционирования фирм: культурные, природные и научно-технические.
 - 17. Бизнес в интернете: В2С, В2В, С2С, С2В,
- 18. Модель поведения потребителя: культурные, социальные, личностные и психологические факторы.
 - 19. Процесс покупки: стадии принятия решения о покупке.
- 20. Основные принципы сегментирования потребительских и деловых рынков.
 - 21. Выбор целевых сегментов рынка: 5 моделей структуры целевого рынка
 - 22. Этапы коммуникативного процесса.
 - 23. Разработка и управление рекламной кампанией
 - 24. Стимулирование сбыта
 - 25. Связи с общественностью (PR)
 - 26. Прямой маркетинг.
 - 27. Деловой и потребительский рынки.
 - 28. Факторы, влияющие на бизнес-покупателей.

3.2. Текущий контроль

Контроль освоения дисциплины «Бенчмаркинг в АПК» проводится в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования, утвержденном решением ученого совета ФГБОУ ВПО «Саратовский ГАУ» от 18.06.2014, протокол №7.

Текущий контроль по дисциплине «Бенчмаркинг в АПК» позволяет оценить степень восприятия учебного материала и проводится для оценки результатов изучения разделов/тем дисциплины.

Текущий контроль проводится в виде:

- тематического контроля: по итогам изучения отдельных тем дисциплины;
- рубежного контроля: по итогам изучения раздела или нескольких разделов дисциплины.

3.3.Самостоятельная работа

Самостоятельная работа студентов на дисциплине «Бенчмаркинг в АПК» предполагает как устную, так и письменную формы изложения изученного материала:

- 1. Подготовка к аудиторным занятиям (проработка учебного материала, учебной и научной литературы; подготовка к практическим занятиям);
 - 2. Подготовка к рубежному контролю (повторение учебного материала);
- 3. Выполнение индивидуальных или групповых заданий по изученной теме.

Тематика самостоятельных работ устанавливается в соответствии с рабочей программой дисциплины.

Пример по каждой теме для самостоятельных работ

Тема 1. Механизм проведения бенчмаркингового анализа в организации Задание. Проведение бенчмаркинга на предприятии

Одним из простых инструментов сбора бенчмаркинговой информации является контрольный лист, который помогает систематизировать данные.

В графе "Анализ эталонной организации" описывается бизнес-процесс организации, который принят в качестве эталонного, лучшего в своем классе.

В графу "Сравнение со своей организацией" заносится информация о показателях своей и эталонной организации по каждому критерию модели.

Графа "Объекты для эталонного сопоставления" предназначена для конкретизации процессов, которые могут быть перенесены на свой бизнеспроцесс.

Последняя графа "Ограничение по реализации идеи в своей организации" определяет ограничения по заимствованию процессов. Это могут быть специфические условия осуществления эталонного процесса, которые невозможно создать в вашей организации.

Заполнить контрольный лист бенчмаркинга на примере любого предприятия

Таблица - Контрольный лист для бенчмаркинга

Критерий модели EFQM	Анализ	Сравнени	Объекты	Ограничени
	эталонно	е со своей	для	я по
	й	организа	эталонного	реализации
	организа	цией	сопоставле	идеи в своей
	ции		ния	организации
1. Лидерство				
2. Политика и стратегия				
3. Люди				
4. Партнерство и ресурсы				
5. Процессы				
6. Результаты для потребителей				
7. Результаты для работников				
8. Результаты для общества				
9. Ключевые результаты				
деятельности				

3.4. Тестирование

Тестирование проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины «Бенчмаркинг в АПК». Количество вариантов типовых заданий -5.

Пример тестового задания

- 1. Верным является утверждение, что:
- а) бенчмаркинг это механизм сравнительного анализа эффективности работы одной компании с показателями других, более успешных фирм;
- б) бенчмаркинг это механизм сравнительного анализа эффективности работы одной компании с показателями других, менее успешных фирм;
 - в) бенчмаркинг состоит из однородных, узкоспециализированных работ.
 - 2. Реализация проекта бенчмаркинга включает в себя:
 - а) пять этапов;
 - б) конечное количество этапов, зависящее от конкретного проекта;
 - в) шесть этапов.

- 3. Методы изучения западных аналогов включают в себя анализ:
- а) устройства отрасли, компании, предложения;
- б) устройства отрасли, компании, спроса;
- в) устройства поставщиков, компании, спроса.
- 4. Верным является утверждение, что функциональный бенчмаркинг используют для сравнения:
 - а) эффективности определенных функций;
 - б) функциональных связей между отделами;
 - в) сквозных бизнес-процессов.
 - 5. Бенчмаркинг отрасли подразумевает исследование:
 - а) основных типов компаний, сегментов рынка покупателей;
 - б) организацию производства, маркетинга, сбыта;
 - в) рынка товаров-субститутов.
 - 6. Бенчмаркинг компании подразумевает исследование:
 - а) основных типов компаний, сегментов рынка покупателей;
 - б) организации производства, маркетинга, сбыта;
 - в) рынка товаров-субститутов.
 - 7. Бенчмаркинг спроса подразумевает исследование:
 - а) основных типов компаний, сегментов рынка покупателей;
 - б) организации производства, маркетинга, сбыта;
 - в) рынка товаров-субститутов.
 - 8. Первым этапом проведения бенчмаркинга является:
 - а) выбор продукта, услуги или процесса для сравнения;
 - б) выбор компании для сравнения;
 - в) выбор внутрифирменной области для сравнения.
 - 9. Внутренний бенчмаркинг направлен на изучение опыта:
 - а) транснациональных корпораций;
 - б) внутриотраслевых компаний;
 - в) внутрифункциональных подразделений.
- 10. Применение метода копирования успешного опыта является наиболее простым и эффективным для следующих бизнес-процессов:
 - а) основных бизнес-процессов;
 - б) обеспечивающих бизнес-процессов;
 - в) бизнес-процессов управления.
- 11. Для повышения удовлетворенности клиента бизнес-процесса используется метод:
 - а) поиск и сокращение временных разрывов;

- б) минимизация устной информации;
- в) типизация форм сбора и передачи информации;
- г) согласование результатов с требованиями.
- 12. Бенчмаркинг процесса это систематический метод определения, понимания и творческого развития товаров, услуг, проектов, оборудования, процессов и процедур более высокого качества для улучшения текущей деятельности организации посредством изучения того, как:
 - а) разные организации выполняют неодинаковые или непохожие операции;
 - б) разные организации выполняют одинаковые или похожие операции;
 - в) одинаковые организации выполняют разные или непохожие операции.
 - 13. Верным является утверждение, что:
- а) бенчмаркинг процесса включает в себя изучение, анализ и последующее копирование элементов процессов успешных компаний, осуществляющих отличные виды деятельности;
- б) бенчмаркинг процесса включает в себя изучение, анализ и последующее копирование элементов процессов успешных компаний, занимающихся схожими видами деятельности;
- в) бенчмаркинг процесса включает в себя изучение, анализ и последующее копирование элементов процессов всех компаний, осуществляющих другие виды деятельности.
 - 14. Концепция «Шесть сигм» это:
 - а) реляционный показатель;
 - б) статистический показатель;
 - в) динамический показатель.
 - 15. Сигма означает:
 - а) динамичное отклонение;
 - б) стандартное отклонение;
 - в) процессное отклонение.
 - 16. Концепция «Шесть сигм» связана:
 - а) с финансовыми результатами работы компании;
 - б) бенчмаркинговыми результатами работы компании;
 - в) статистическими результатами работы компании.
 - 17. Расстояние между центром распределения и границей доступа делится:
 - а) на семь показателей;
 - б) два показателя;
 - в) шесть показателей.
- 18. Основное различие между стратегическим и оперативным контроллингом заключается в том, что:

- а) первый ориентирован на тенденции будущего, а последний, напротив, «смотрит» в настоящее;
- б) первый ориентирован на настоящее, а последний, напротив, «смотрит» в тенденции будущего;
- в) первый ориентирован на тенденции развития спроса, а последний, напротив, «смотрит» на тенденции развития предложения.
 - 19. ЛВС-анализ относится к инструментам:
 - а) стратегического контроллинга;
 - б) оперативного контроллинга;
 - в) оперативного и стратегического контроллинга.
 - 20. Рассматривая контроллинг как процесс, можно выделить:
 - а) девять стадий;
 - б) бесконечное число стадий;
 - в) пять стадий.
 - 21. Контролируемыми величинами стратегического контроллинга являются:
 - а) затраты, прибыль, рентабельность, ликвидность;
 - б) потенциалы успеха;
 - в) уровень высшего руководства.
 - 22. Контролируемыми величинами оперативного контроллинга являются:
 - а) затраты, прибыль, рентабельность, ликвидность;
 - б) потенциалы успеха;
 - в) уровень высшего руководства.
 - 23. Проектирование процесса контроллинга включает в себя:
 - а) организационную и эксплуатационную фазы;
 - б) организационную и оперативную фазы;
 - в) организационную и аналитическую фазы.
 - 24. Этап проектирования контроллинга включает в себя:
- а) проектирование организационной структуры, процессов и информационных потоков;
 - б) проектирование функций, процессов и бизнес-модели;
 - в) проектирование функций, процессов и информационных потоков.

3.5. Рубежный контроль

Вопросы рубежного контроля № 1

Вопросы, рассматриваемые на аудиторных занятиях

- 1. Бенчмаркинг: понятие, генезис
- 2. Место бенчмаркинга в управления маркетингом на предприятии
- 3. Современные направления и тенденции в развитии бенчмаркинга.
- 4. Сферы применения бенчмаркинга.
- 5. Развитие бенчмаркинга в России и за рубежом
- 6. Типы: внутренний, функциональный, конкурентный, общий и глобальный.
- 7. Объекты: процессы, затраты, функции, стратегии, показатели, товары, услуги, потребители.
- 8. Определение проблемы предприятия и формулирование целей бенчмаркинга.
 - 9. Гарантии в бенчмаркинговом альянсе.
- 10. Основные принципы бенчмаркинга: взаимность, аналогия, измерение, достоверность.
- 11. Кодекс поведения, основанный на законности, обмене и конфиденциальности.
 - 12. Механизм проведения бенчмаркингового анализа в организации.
 - 13. Этапы проведения бенчмаркинга.
 - 14. Планирование бенчмаркинга.
 - 15. Определение предмета бенчмаркинга.
 - 16. Подбор и обучение персонала. Установление партнера.
- 17. Определение метода сбора данных, сбор данных. Создание базы данных. Анализ данных.
- 18. Определение расхождений, важных с точки зрения обеспечения конкурентоспособности.
 - 19. Планирование будущих показателей эффективности.
- 20. Интеграция бенчмаркинга. Сообщение о результатах исследований в организации.
- 21. Пересмотр установленных целей и оперативных планов. Графическое представление результатов.
- 22. Осуществление действий на основе проведенных исследований. Разработка плана действий.
- 23. Осуществление изменений, мониторинг результатов. Повторная проверка контрольных точек бенчмаркинга.
 - 24. Экономический эффект от использования бенчмаркинга.
 - 25. Понятие, сущность экономического эффекта.
- 26. Методы оценки экономической эффективности применения бенчмаркинга.

Вопросы для самостоятельного изучения

- 1. Технологии конкурентного бенчмаркинга
- 2. Модель Шухарта-Дэминга в процессе бенчмаркинга
- 3. Модель Р. Кэмпа при осуществлении бенчмаркинга
- 4. Методы изучения конкурентов: DEA-анализ для бенчмаркинга

- 5.Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг параметров продукта
- 6.Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг качества продукта
- 7.Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг уровня обслуживания клиентов
 - 8.Операционный бенчмаркинг: бенчмаркинг бренда (имиджа)
 - 9. Оценка среды при осуществлении внешнего бенчмаркинга
- 10. Стратегический бенчмаркинг: использование матричных методов позиционирования продуктов (услуг)
- 11. Формирование конкурентной стратегии по результатам стратегического анализа
 - 12. Оценка конкурентных сил (модель М. Портера)
- 13. Оценка положения компании в отрасли (выбор стратегии по матрицам БКГ, GE/McKinsey)
- 14. Применение методов управления качеством для повышения конкурентоспособности продукции компании
 - 15. Анализ превосходства в системе бенчмаркинга
 - 16. Использование SWOT-анализа в процессе бенчмаркинга
 - 17. Направление реализации бенчмаркинга
 - 18. Особенности применения функционального бенчмаркинга
- 19. Выбор предмета бенчмаркинга и партнера по исследованию (объект анализа). Поиск доступной информации

3.6. Промежуточная аттестация

Контроль за освоением дисциплины «Бенчмаркинг в АПК» и оценка знаний обучающихся на зачете производится в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования, утвержденном решением ученого совета ФГБОУ ВО «Саратовский ГАУ» от 18.06.2014, протокол №7.

Вид промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом по направлению подготовки 38.04.06. Торговое дело – зачет.

Цель проведения промежуточной аттестации (зачета) — контроль формирования у обучающихся навыков составления, обоснования, представления экономических расчетов и интерпретации отчетности для принятия управленческих решений в инновационной деятельности.

Тематика вопросов, выносимых на зачет

- 1. Бенчмаркинг: понятие, генезис
- 2. Место бенчмаркинга в управления маркетингом на предприятии
- 3. Современные направления и тенденции в развитии бенчмаркинга.
- 4. Сферы применения бенчмаркинга.

- 5. Развитие бенчмаркинга в России и за рубежом
- 6. Типы: внутренний, функциональный, конкурентный, общий и глобальный.
- 7. Объекты: процессы, затраты, функции, стратегии, показатели, товары, услуги, потребители.
- 8. Определение проблемы предприятия и формулирование целей бенчмаркинга.
 - 9. Гарантии в бенчмаркинговом альянсе.
- 10. Основные принципы бенчмаркинга: взаимность, аналогия, измерение, достоверность.
- 11. Кодекс поведения, основанный на законности, обмене и конфиденциальности.
 - 12. Механизм проведения бенчмаркингового анализа в организации.
 - 13. Этапы проведения бенчмаркинга.
 - 14. Планирование бенчмаркинга.
 - 15. Определение предмета бенчмаркинга.
 - 16. Подбор и обучение персонала. Установление партнера.
- 17. Определение метода сбора данных, сбор данных. Создание базы данных. Анализ данных.
- 18. Определение расхождений, важных с точки зрения обеспечения конкурентоспособности.
 - 19. Планирование будущих показателей эффективности.
- 20. Интеграция бенчмаркинга. Сообщение о результатах исследований в организации.
- 21. Пересмотр установленных целей и оперативных планов. Графическое представление результатов.
- 22. Осуществление действий на основе проведенных исследований. Разработка плана действий.
- 23. Осуществление изменений, мониторинг результатов. Повторная проверка контрольных точек бенчмаркинга.
 - 24. Экономический эффект от использования бенчмаркинга.
 - 25. Понятие, сущность экономического эффекта.
- 26. Методы оценки экономической эффективности применения бенчмаркинга.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.1 Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Контроль результатов обучения студентов, этапов и уровня формирования компетенций по дисциплине «Бенчмаркинг в АПК» осуществляется через проведение входного, текущего, рубежных, выходного контролей и контроля самостоятельной работы

Формы текущего, промежуточного и итогового контроля и контрольные задания для текущего контроля разрабатываются кафедрой исходя из специфики дисциплины, и утверждаются на заседании кафедры.

4.2 Критерии оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Описание шкалы оценивания достижения компетенций по дисциплине приведено в таблице 7.

Таблица 7

Уровень	Отметка по пятибалльной системе		ой системе	Описание
освоения	(промежу	ромежуточная аттеста		
компетенци	· -		•	
И				
высокий	«отлично»	«зачтено»	«зачтено (отлично) »	Обучающийся обнаружил всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеет свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, обучающийся проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании материала
базовый	«хорошо»	«зачтено»	«зачтено (хорошо) »	Обучающийся обнаружил полное знание учебного материала, успешно выполняет предусмотренные в программе задания, усвоил основную литературу, рекомендованную в программе
пороговый	«удовлетвори тельно»	«зачтено»	«зачтено (удовлетв орительно)»	Обучающийся обнаружил знания основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляется с выполнением практических заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, допустил погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя
_	«неудов-	≪не	«не зачтено	

Уровень освоения		о пятибалльной системе уточная аттестация)*		Описание
компетенци				
И				
	летвори-	зачтено»	(неудовлет-	знаниях основного учебного материала,
	тельно»		ворительно)	допустил принципиальные ошибки в
			>>	выполнении предусмотренных
				программой практических заданий, не
				может продолжить обучение или
				приступить к профессиональной
				деятельности по окончании
				образовательной организации без
				дополнительных занятий

4.2.1. Критерии оценки устного ответа при промежуточной аттестации

При ответе на вопрос обучающийся демонстрирует: **Знания:** содержания бенчмаркинга в АПК, его функции, виды, систему исследования, организацию проведения

Умения: применять и адаптировать наилучшие практики аграрных предприятий для решения оперативных и тактических задач

Владения: навыками применения наилучших аграрных практик предприятий для решения оперативных и тактических задач

Критерии оценки

	виды, систему исследования, организацию проведения				
	-), практики применения материала, исчерпывающе и				
	последовательно, четко и логично излагает материал, хорошо				
	ориентируется в материале, не затрудняется с ответом при				
	видоизменении заданий;				
	- умение (применять и адаптировать наилучшие практики				
	аграрных предприятий для решения оперативных и тактических				
	задач), используя современные методы и показатели такой оценки;				
	успешное и системное владение навыками применения наилучших				
	практик аграрных предприятий для решения оперативных и				
	тактических задач				
хорошо	обучающийся демонстрирует:				
	- знание материала, не допускает существенных неточностей;				
	- в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы, умение				
	(применять и адаптировать наилучшие практики аграрных				
	предприятий для решения оперативных и тактических задач)				
	используя современные методы и показатели такой оценки;				
	в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы или				
	сопровождающееся отдельными ошибками владение навыками				
	применения наилучших практик аграрных предприятий для				
	решения оперативных и тактических задач				
удовлетворительно	обучающийся демонстрирует:				
	- знания только основного материала, но не знает деталей,				

	допускает неточности, допускает неточности в формулировках,					
	нарушает логическую последовательность в изложении					
	программного материала;					
	- в целом успешное, но не системное умение (применять и					
	адаптировать наилучшие практики аграрных предприятий для					
	решения оперативных и тактических задач), используя современные					
	методы и показатели оценки (рассчитывать на основе типовых					
	методик и действующей нормативно-правовой базы экономические					
	и социально-экономические показатели);					
	в целом успешное, но не системное навыками применения					
	наилучших практик аграрных предприятий для решения					
	оперативных и тактических задач					
неудовлетворительно	обучающийся:					
	не знает значительной части программного материала, плохо					
	ориентируется в материале (содержания бенчмаркинга в АПК, его					
	функции, виды, систему исследования, организацию проведения					
	-), не знает практику применения материала, допускает					
	существенные ошибки;					
	- не умеет использовать методы и приемы (применять и					
	адаптировать наилучшие практики аграрных предприятий для					
	решения оперативных и тактических задач), неуверенно, с					
	большими затруднениями выполняет самостоятельную работу,					
	большинство заданий, предусмотренных программой дисциплины,					
	не выполнено;					
	обучающийся не владеет навыками применения наилучших практик					
	аграрных предприятий для решения оперативных и тактических					
	задач					

4.2.2. Критерии оценки выполнения контрольных работ

При выполнении контрольных (самостоятельных) работ обучающийся демонстрирует:

знания: соответствия предполагаемым ответам

умения: ясно, четко, логично и грамотно излагать собственные размышления, делать умозаключения и выводы

владение навыками: самостоятельной работы

Критерии оценки выполнения контрольных работ

критерии оценки выполнения контрольных расот	
отлично	ставится за работу, выполненную полностью без ошибок и
	недочетов.
хорошо	ставится за работу, выполненную полностью, но при наличии в ней
	не более одной негрубой ошибки и одного недочета, не более трех
	недочетов.
удовлетворительно	ставится, если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.
неудовлетворительно	ставится, если число ошибок и недочетов превысило норму для
	оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

4.2.6. Критерии оценки выполнения тестовых заданий

При выполнении контрольных (самостоятельных) работ обучающийся демонстрирует:

знания: изучаемого предмета

Критерии оценки выполнения тестовых заданий

отлично	ставится, если обучающийся ответил правильно на 85-100 % вопросов
хорошо	ставится, если обучающийся ответил правильно на 74-84 % вопросов
удовлетворительно	ставится, если обучающийся ответил правильно на 60-73 % вопросов
неудовлетворительно	ставится, если обучающийся ответил правильно менее чем на 60 %
	вопросов

Разработчик(и): профессор, Родионова И.А.