

Студијски програм: МАС ПМ			
Назив предмета: Бенчмаркинг у савременом пословању			
Наставник: Цариша Х. Бешић			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: нема			
Циљ предмета			
Да упозна студенте са развојем научне мисли и примене бенчмаркинга у развијеним тржишним привредама које у значајној мери превазилазе оквире самог чина производње и продаје, тј. са кључном улогом модерних менаџмент алата у ефикасној и ефективној реализацији укупних активности предузећа, те тиме их практично и теоријски оспособи за активну улогу менаџера и предузетника у креирању садржаја будућег “пакета понуде” конзумента производа и/или услуга пословних субјеката.			
Исход предмета			
<ul style="list-style-type: none"> – идентификовање и анализа суштине бенчмаркинга, као и проблема у вези са успешним имплементирањем овог концепта у пословање домаћих пословних субјеката; – оспособљавање студената за учешће у процесу рада и за критички приступ друштвеној пракси; – примена квалитетног и системског бенчмаркинга представља неопходан услов опстанка, раста и развоја домаћих предузећа на све захтевнијем светском тржишту; – непрекидно проналажење начина да се пословање учини продуктивнијим, бржим и различитим од конкурената. 			
Садржај предмета			
<i>Теоријска настава</i>			
Курс је дизајниран око пет јединица:			
Јединица 1: Услови савременог пословања			
Јединица 2: Улога нових менаџмент концепција и техника у функцији постизања пословне изврности			
Јединица 3: Бенчмаркинг и постизање пословне изврности			
Јединица 4: Улога бенчмаркинга у процесу унапређења квалитета пословања			
Јединица 5: Модел примене атрибута бенчмаркинга који детерминишу пословну изврност домаћих предузећа			
<i>Практична настава</i>			
<ul style="list-style-type: none"> – дискусије о изабраним питањима и искуствима учешћа у примени концепта бенчмаркинга у модерним економијама, – израда истраживачко-развојног пројекта из бенчмаркинга, – израда студије случаја на вежбама, – критичка анализа и преглед изабраних радова и чланака. 			
Литература			
[1] Бешић, Ц., Ђорђевић, Д., Бенчмаркинг, Факултет техничких наука у Чачку, Чачак, 2014.			
[2] Бешић, Ц., Бенчмаркинг – пут ка пословној изврности, монографија, Задужбина Андрејевић, Београд, 2006.			
[3] Сајферт, З., Адамовић, Ж., Менаџмент бенчмаркинг процес, Технички факултет „Михајло Пупин“, Зрењанин, 2004.			
[4] Renko N., Delić., Škrčić M., Benchmarking u strategiji marketinga, Mate, Zagreb, 1999.			
[5] H. James Harrington and James S. Harrington, High Performance Benchmarking: 20 Steps to Success, McGraw-Hill, New York, 1995.			
Број часова активне наставе: 4		Теоријска настава: 2	Практична настава: 2
Методe извођења наставе			
<ul style="list-style-type: none"> – презентације и дискусије, – анализа истраживачко-развојног пројекта из бенчмаркинга, – излагање студије случаја. 			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
Активност у току предавања	10	Писмени испит	30
Активност у току вежби	10	Усмени испит	
Колоквијум-и	30		
Семинар-и	20		