

Паспорт и программа формирования компетенции

Направление 38.03.02 «Менеджмент»
Профиль «Маркетинг»

1. Паспорт компетенции

1.1. Формулировка компетенции

Выпускник, освоивший основную профессиональную образовательную программу, должен обладать компетенцией:

ОПК-6	владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций
--------------	--

1.2. Место компетенции в совокупном ожидаемом результате обучения

Компетенция относится к блоку общепрофессиональных компетенций и является обязательной для всех выпускников в соответствии с требованиями ОПОП.

1.3. Структура компетенции

Структура компетенции в терминах «знать», «уметь», «владеть»

знать

- теоретические основы принятия управленческих решений;
- понятийным аппаратом;
- основные понятия в области экономики и менеджмента организации;
- основные формы внутренней управленческой отчетности организации;
- основные этапы и разделы отчета по практике;
- ключевые характеристики рынка и современной среды организации;
- основные понятия комплекса маркетинга;
- основные формы внутренней отчетности организации;
- основные понятия комплекса маркетинга в рамках конкретного предприятия;
- основные показатели конкурентоспособности и эффективности деятельности компании;
- модели и инструменты формирования и выбора маркетинговых альтернатив;

уметь

- методологию процесса принятия, разработки управленческих решений в различных ситуациях;
- применять различные методы анализа экономики и управления в профессиональной деятельности;
- эффективно находить, обобщать и анализировать разнородную информацию;
- оформлять материалы исследования в отчет по практике;
- формулировать комплекс маркетинга;
- осуществлять выбор методов стратегического анализа внутренней и внешней среды предприятия;
- формулировать комплекс маркетинга в рамках конкретного предприятия;
- сопоставлять и сравнивать эффективность применения на практике отдельных методов, моделей и инструментов;
- использовать модели и инструменты формирования и выбора маркетинговых альтернатив в рамках конкретного предприятия;

владеть

- разрабатывать проекты и сценарии управленческих решений в различных управленческих ситуациях;
- первичными навыками анализа экономической и управленческой информации профессиональной деятельности;
- эффективной коммуникацией с сотрудниками и руководителями различных уровней в организации;
- навыками поиска, обработки и анализа информации из различных источников, а также систематизации и представления полученной информации в виде отчета по практике;
- навыками анализа внешней и внутренней среды организации;
- навыками формулирования комплекса маркетинга;
- навыками разработки предложений по повышению конкурентоспособности компании;
- навыками формулирования комплекса маркетинга в рамках конкретного предприятия;
- навыками использования моделей и инструментов формирования и выбора маркетинговых альтернатив в рамках конкретного предприятия.

1.4. Планируемые уровни сформированности компетенции

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня
1	<i>Пороговый (базовый) уровень</i> (обязательный по отношению ко всем выпускникам к моменту завершения ими обучения по ООП)	Знать виды управленческих решений и методы их принятия в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций.
2	<i>Повышенный (продвинутый) уровень</i> (превосходит «пороговый (базовый) уровень» по одному или нескольким существенным признакам)	Уметь планировать операционную (производственную) деятельность организаций в процессе организации командного взаимодействия для решения управленческих задач.
3	<i>Высокий (превосходный) уровень</i> (превосходит пороговый уровень по всем существенным признакам, предполагает максимально возможную выраженность компетенции)	В совершенстве владеть навыками практического использования всего спектра методов диагностики систем управления организацией.

2. Программа формирования компетенции

2.1. Содержание, формы и методы формирования компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Содержание образования в терминах «знать», «уметь», «владеть»	Формы и методы
1	Методы принятия управленческих	знать:	лекции,

	решений	<ul style="list-style-type: none"> – теоретические основы принятия управленческих решений – понятийным аппаратом уметь: – методологию процесса принятия, разработки управленческих решений в различных ситуациях владеть: – разрабатывать проекты и сценарии управленческих решений в различных управленческих ситуациях 	практические занятия, экзамен
2	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные понятия в области экономики и менеджмента организации – основные формы внутренней управленческой отчетности организации – основные этапы и разделы отчета по практике <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять различные методы анализа экономики и управления в профессиональной деятельности – эффективно находить, обобщать и анализировать разнородную информацию – оформлять материалы исследования в отчет по практике <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – первичными навыками анализа экономической и управленческой информации профессиональной деятельности – эффективной коммуникацией с сотрудниками и руководителями различных уровней в организации – навыками поиска, обработки и анализа информации из различных источников, а также систематизации и представления полученной информации в виде отчета по практике 	
3	Преддипломная практика	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ключевые характеристики рынка и современной среды организации – основные понятия комплекса 	

		<p>маркетинга</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные формы внутренней отчетности организации – основные понятия комплекса маркетинга в рамках конкретного предприятия – основные показатели конкурентоспособности и эффективности деятельности компании – модели и инструменты формирования и выбора маркетинговых альтернатив <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – эффективно находить, обобщать и анализировать разнородную информацию – формулировать комплекс маркетинга – осуществлять выбор методов стратегического анализа внутренней и внешней среды предприятия – формулировать комплекс маркетинга в рамках конкретного предприятия – сопоставлять и сравнивать эффективность применения на практике отдельных методов, моделей и инструментов – использовать модели и инструменты формирования и выбора маркетинговых альтернатив в рамках конкретного предприятия <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками анализа внешней и внутренней среды организации – навыками формулирования комплекса маркетинга – навыками разработки предложений по повышению конкурентоспособности компании – навыками формулирования комплекса маркетинга в рамках конкретного предприятия – навыками поиска, обработки и анализа информации из различных источников, а также систематизации и представления полученной информации в виде отчета по практике – навыками использования 	
--	--	---	--

		моделей и инструментов формирования и выбора маркетинговых альтернатив в рамках конкретного предприятия	
--	--	---	--

2.2. Календарный график формирования компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Курсы									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Методы принятия управленческих решений			+							
2	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков				+						
3	Преддипломная практика					+					

2.3. Матрица оценки сформированности компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Оценочные средства и формы оценки
1	Методы принятия управленческих решений	Проверочные работы на лекционных занятиях. Контрольные задания на практических занятиях. Рефераты. Индивидуальные задания. Аттестация с оценкой.
2	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	Дневник прохождения практики (посещаемость). Производственная характеристика (руководителя практики на предприятии). Отчет с практическим материалом (оформление, содержание, объем и содержание практического материала). Защита отчета по результатам прохождения практики (выступление, ответы на вопросы, участие в дискуссии).
3	Преддипломная практика	Дневник прохождения практики (посещаемость). Производственная характеристика (руководителя практики на предприятии). Отчет с практическим материалом (оформление, содержание, объем и содержание практического материала). Защита отчета по результатам прохождения практики (выступление, ответы на вопросы, участие в дискуссии).