

# 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:

<b>ПК-3</b>	владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности
-------------	---

### 1.2. Место компетенции в совокупном ожидаемом результате обучения

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

Вид деятельности, на которую ориентирована компетенция: организационно-управленческая деятельность.

### 1.3. Структура компетенции

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

#### **знать**

- эволюцию управления предприятием;
- особенности стратегического планирования на предприятии;
- типы стратегий предприятия;
- этапы развития концепции управления маркетингом;
- основы организации службы маркетинга;
- последовательность разработки стратегического плана маркетинга на предприятии;
- ключевые характеристики управленческого процесса и этапы его формирования;
- основные формы внутренней управленческой отчетности организации;
- основные этапы и разделы отчета по практике;

#### **уметь**

- разрабатывать стратегический план развития предприятия;
- разрабатывать мероприятия реализации стратегии предприятия;
- формулировать стратегию маркетинга;
- проводить стратегический анализ;
- применять различные методы, модели и инструменты управления в профессиональной деятельности;
- эффективно находить, обобщать и анализировать разнородную информацию;
- оформлять материалы исследования в отчет по практике;

#### **владеть**

- методами стратегического анализа;
- методами по определению эффективности стратегии;
- различными инструментами формирования стратегического, тактического и оперативного плана маркетинга;

- первичными навыками анализа организационно-управленческой информации;
- 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.

#### 1.4. Планируемые уровни сформированности компетенции

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня
1	<b>Пороговый (базовый) уровень</b> (обязательный по отношению ко всем выпускникам к моменту завершения ими обучения по ООП)	Уметь анализировать конкурентные преимущества организации, формировать стратегические планы организации, направленные на обеспечение конкурентоспособности.
2	<b>Повышенный (продвинутый) уровень</b> (превосходит «пороговый (базовый) уровень» по одному или нескольким существенным признакам)	Владеть методами принятия управленческих решений в организации, методикой формирования стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.
3	<b>Высокий (превосходный) уровень</b> (превосходит пороговый уровень по всем существенным признакам, предполагает максимально возможную выраженность компетенции)	Владеть в совершенстве навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.

## 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	Стратегический менеджмент	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– эволюцию управления предприятием</li> <li>– особенности стратегического планирования на предприятии</li> <li>– типы стратегий предприятия</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– разрабатывать стратегический план развития предприятия</li> <li>– разрабатывать мероприятия реализации стратегии</li> </ul>	лекции, практические занятия, экзамен

		<p>предприятия          владеть:          – методами стратегического анализа          – методами по определению эффективности стратегии</p>	
2	Стратегический маркетинг	<p>знать:          – этапы развития концепции управления маркетингом          – основы организации службы маркетинга          – последовательность разработки стратегического плана маркетинга на предприятии          уметь:          – формулировать стратегию маркетинга          – проводить стратегический анализ          владеть:          – различными инструментами формирования стратегического, тактического и оперативного плана маркетинга</p>	лекции, практические занятия, экзамен
3	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (организационно-управленческая)	<p>знать:          – ключевые характеристики управленческого процесса и этапы его формирования          – основные формы внутренней управленческой отчетности организации          – основные этапы и разделы отчета по практике          уметь:          – применять различные методы, модели и инструменты управления в профессиональной деятельности          – эффективно находить, обобщать и анализировать разнородную информацию          – оформлять материалы исследования в отчет по практике          владеть:          – первичными навыками анализа организационно-управленческой информации          – эффективной коммуникацией с сотрудниками и руководителями различных уровней в организации          – навыками поиска, обработки и анализа информации из</p>	

		различных источников, а также систематизации и представления полученной информации в виде отчета по практике	
--	--	--	--

## 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	Стратегический менеджмент				+	+					
2	Стратегический маркетинг				+						
3	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (организационно-управленческая)					+					

## 2.3. Матрица оценки сформированности компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Оценочные средства и формы оценки
1	Стратегический менеджмент	Проверочные работы на лекционных занятиях. Контрольные задания на практических занятиях. Рефераты. Экзамен.
2	Стратегический маркетинг	Проверочные работы на лекционных занятиях. Контрольные задания на практических занятиях. Рефераты. Экзамен.
3	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (организационно-управленческая)	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).