

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:

ПК-17	способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели
--------------	---

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: предпринимательская деятельность.

1.3. Структура компетенции

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

знать

- ключевые понятия и принципы бизнес-планирования;
- механизмы планирования деятельности фирмы в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективах;
- структуру и основные требования к составлению бизнес-планов;
- теоретические основы и закономерности функционирования рыночной экономики, включая переходные процессы;
- методы изучения рыночной конъюнктуры;
- современные методы сбора, анализа и представления маркетинговой информации;
- современные методы планирования и организации маркетинговых исследований;
- организационно-правовые формы предпринимательства;
- процесс организации и учреждения предприятия, учредительные документы;
- ключевые характеристики управленческого процесса и этапы его формирования;
- основные формы внутренней управленческой отчетности организации;
- основные этапы и разделы отчета по практике;

уметь

- анализировать характеристики внешней и внутренней среды организации с целью составления бизнес-плана;
- использовать методы планирования, как стратегического, так и оперативного свойства;
- выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных рыночных ситуаций, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты;
- систематизировать и обобщать маркетинговую информацию;
- проводить маркетинговые исследования;
- разрабатывать технико-экономическое обоснование создания нового предприятия;

- составлять учредительные документы;
- 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

- навыками проведения исследований, требуемых для прогнозирования и планирования деятельности организации;
- навыками работы с отчетностью организации и с нормативной документацией;
- методиками по основным направлениям бизнес-планирования;
- методами выявления проблем в маркетинге предприятия;
- методами определения экономической эффективности внедрения новой продукции;
- навыками организации маркетинговых коммуникаций;
- навыками организации маркетинговых исследований;
- знаниями особенностей документального обеспечения деятельности малого предприятия;
- 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	<i>Пороговый (базовый) уровень</i> (обязательный по отношению ко всем выпускникам к моменту завершения ими обучения по ООП)	Знать методологию проведения исследований экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности; знать методологию выявления рыночных возможностей и основ формирования бизнес-моделей
2	<i>Повышенный (продвинутый) уровень</i> (превосходит «пороговый (базовый) уровень» по одному или нескольким существенным признакам)	Уметь проводить исследования экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности; уметь выявлять рыночные возможности и формулировать основы бизнес-моделей
3	<i>Высокий (превосходный) уровень</i> (превосходит пороговый уровень по всем существенным признакам, предполагает максимально возможную выраженность компетенции)	Владеть навыками проведения исследований экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности; владеть навыками выявления новых рыночных возможностей и формирования новых бизнес-моделей

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	Бизнес-планирование	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ключевые понятия и принципы бизнес-планирования – механизмы планирования деятельности фирмы в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективах – структуру и основные требования к составлению бизнес-планов <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать характеристики внешней и внутренней среды организации с целью составления бизнес-плана – использовать методы планирования, как стратегического, так и оперативного свойства <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками проведения исследований, требуемых для прогнозирования и планирования деятельности организации – навыками работы с отчетностью организации и с нормативной документацией – методиками по основным направлениям бизнес-планирования 	лекции, практические занятия, экзамен
2	Маркетинг	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – теоретические основы и закономерности функционирования рыночной экономики, включая переходные процессы – методы изучения рыночной конъюнктуры – современные метода сбора, анализа и представления маркетинговой информации – современные методы планирования и организации маркетинговых исследований <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных рыночных ситуаций, предлагать способы их 	лекции, практические занятия, экзамен

		<p>решения и оценивать ожидаемые результаты</p> <ul style="list-style-type: none"> – систематизировать и обобщать маркетинговую информацию – проводить маркетинговые исследования <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методами выявления проблем в маркетинге предприятия – методами определения экономической эффективности внедрения новой продукции – навыками организации маркетинговых коммуникаций – навыками организации маркетинговых исследований 	
3	<p>Основы предпринимательской деятельности</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – организационно-правовые формы предпринимательства – процесс организации и учреждения предприятия, учредительные документы <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – разрабатывать технико-экономическое обоснование создания нового предприятия – составлять учредительные документы <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – знаниями особенностей документального обеспечения деятельности малого предприятия 	<p>лекции, практические занятия, экзамен</p>
4	<p>Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (организационно-управленческая)</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ключевые характеристики управленческого процесса и этапы его формирования – 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, модели и инструменты 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 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 	
--	--	--	--

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	Бизнес-планирование			+							
2	Маркетинг	+	+								
3	Основы предпринимательской деятельности	+	+								
4	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	Бизнес-планирование	Проверочные работы на лекционных занятиях. Контрольные задания на практических занятиях. Тестирование в рамках рубежных срезов. Экзамен.
2	Маркетинг	Проверочные работы на лекционных занятиях. Контрольные задания на практических занятиях. Письменный мини-опрос. Участие в деловой игре. Решение кейса. Написание эссе. Экзамен.
3	Основы предпринимательской деятельности	Проверочные работы на лекционных занятиях. Контрольные задания на практических занятиях. Письменный мини-опрос. Участие в деловой игре. Решение кейса. Написание эссе. Аттестация с оценкой.
4	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).
--	--	---