

Паспорт и программа формирования компетенции

Направление 09.03.03 «Прикладная информатика»
Профиль «Прикладная информатика (академический бакалавриат)»

1. Паспорт компетенции

1.1. Формулировка компетенции

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

ОК-3	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
-------------	---

1.2. Место компетенции в совокупном ожидаемом результате обучения

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

1.3. Структура компетенции

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

знать

- основные этапы развития менеджмента как науки и профессии;
- роли, функции и задачи менеджера в современной организации;
- основные бизнес-процессы в организации;
- типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования;
- основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля;
- основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства, управления конфликтами;
- теоретические основы и закономерности функционирования рыночной экономики, включая переходные процессы; сущность потребности; концепции современного маркетинга;
- методы изучения рыночной конъюнктуры; современные методы планирования и организации маркетинговых исследований; современные методы сбора, анализа и представления маркетинговой информации;
- концепции маркетинга; принципы товарной политики; механизмы ценообразования; виды торговли; современные концепции комплекс-маркетинга; принципы эффективных личных продаж; функции службы сбыта; принципы управления маркетинговыми службами; современные модели маркетинга в компьютерных сетях;
- принципы организации маркетинга на современном предприятии; подходы в управлении спросом. Принципы социальной ответственности маркетинга;
- ключевые понятия экономики образования;
- основные методы экономики образования;
- современный механизм финансирования образования;
- содержание плана финансово-хозяйственной деятельности образовательного учреждения, содержание сметы казенного образовательного учреждения;
- сущность и особенности образовательной услуги;
- основные принципы формирования системы оплаты труда;
- основы предпринимательства в сфере образования;
- основные категории и законы экономики, а также;

- анализировать и сопоставлять процессы, явления, проблемы, происходящие в экономике страны и в мировой экономике;
- проблемы открытой экономики и причины процветания одних стран и бедности других;
- самостоятельно работать со статическими справочниками и литературой;

уметь

- анализировать всю сложную совокупность факторов внутренней и внешней среды и их влияние на эффективность деятельности организации;
- определять положение организации относительно ее жизненного цикла;
- пользоваться основными законами организации при решении ситуационных задач;
- проводить анализ организационных структур управления в рамках проектирования и реорганизации организации;
- осуществлять контроль в системе менеджмента;
- находить рациональное решение проблемы;
- систематизировать и обобщать маркетинговую информацию; использовать маркетинговые информационные системы;
- выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных рыночных ситуаций, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты;
- систематизировать и обобщать маркетинговую информацию; использовать информационные технологии для решения маркетинговых задач на предприятии; использовать маркетинговые информационные системы; анализировать рыночные возможности, разрабатывать стратегию продвижения нового продукта;
- использовать маркетинговые информационные системы; систематизировать и обобщать маркетинговую информацию; определять факторы поведения покупателей;
- оценивать происходящие экономические процессы в отрасли образования;
- анализировать экономическую эффективность деятельности образовательных учреждений и образования в целом;
- анализировать результативность деятельности образовательных учреждений;
- как взаимодействуют товарный и денежный рынок;
- методами анализа современной экономической действительности;
- как рассчитываются экономические показатели и строятся экономические модели;
- анализировать и сопоставлять процессы, явления, проблемы, происходящие в экономике страны и в мировой экономике;

владеть

- способностью анализировать развитие и закономерности функционирования организации;
- передовыми методами планирования и управления на любом уровне организации;
- способностью реагировать на течение законов организации;
- методами организационного проектирования;
- навыками самоконтроля;
- способностью собрать необходимые данные, проанализировать их и подготовить аналитический отчет;
- опытом определения потребностей рынка; определения маркетинговых подходов в решении проблем бизнеса в том числе и в сфере образования;
- навыками организации и проведения маркетинговых исследований;
- методами определения экономической эффективности внедрения новой продукции; опытом разработки стратегий выхода на целевой рынок;
- опытом контроля и оценки маркетинговой деятельности на современном предприятии;
- навыками работы с нормативными документами;
- навыками работы с планом финансово-хозяйственной деятельности образовательного учреждения, навыками работы со сметой казенного образовательного учреждения;
- навыками использования знаний по экономике образования в своей профессиональной деятельности;
- самостоятельно работать со статическими справочниками и литературой;

- основные направления и ведущие школы микро- и макроэкономического анализа: марксизм, кейнсианство, институционализм и др;
- последовательно излагать материал и аргументировать предлагаемые выводы.

1.4. Планируемые уровни сформированности компетенции

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня
1	Пороговый (базовый) уровень (обязательный по отношению ко всем выпускникам к моменту завершения ими обучения по ООП)	Студент имеет теоретические представления об основных категориях и законах экономики, способах расчета экономических показателей и построения экономических моделей, умеет анализировать отдельные экономические процессы, явления и проблемы
2	Повышенный (продвинутой) уровень (превосходит «пороговый (базовый) уровень» по одному или нескольким существенным признакам)	Студент имеет уверенные представления об основных категориях и законах экономики, способах расчета экономических показателей и построения экономических моделей, умеет анализировать экономические процессы, явления и проблемы, имеет опыт анализа экономической действительности
3	Высокий (превосходный) уровень (превосходит пороговый уровень по всем существенным признакам, предполагает максимально возможную выраженность компетенции)	Студент имеет уверенное и глубокое знание основных категорий и законов экономики, способов расчета экономических показателей и построения экономических моделей, умеет применять методы анализа экономических процессов, явлений и проблем, осмысливать экономические показатели и использовать их для анализа проблем в реальных ситуациях

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	Менеджмент и маркетинг	знать: – основные этапы развития менеджмента как науки и профессии – роли, функции и задачи менеджера в современной организации – основные бизнес-процессы в организации – типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования	лекции, практические занятия, экзамен

		– основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля – основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства, управления конфликтами – теоретические основы и закономерности функционирования рыночной экономики, включая переходные процессы; сущность потребности; концепции современного маркетинга – методы изучения рыночной конъюнктуры; современные методы планирования и организации маркетинговых исследований; современные метода сбора, анализа и представления маркетинговой информации – концепции маркетинга; принципы товарной политики; механизмы ценообразования; виды торговли; современные концепции комплекс-маркетинга; принципы эффективных личных продаж; функции службы сбыта; принципы управления маркетинговыми службами; современные модели маркетинга в компьютерных сетях – принципы организации маркетинга на современном предприятии; подходы в управлении спросом. Принципы социальной ответственности маркетинга уметь: – анализировать всю сложную совокупность факторов внутренней и внешней среды и их влияние на эффективность деятельности организации – определять положение организации относительно ее жизненного цикла – пользоваться основными законами организации при решении ситуационных задач	
--	--	---	--

		– проводить анализ организационных структур управления в рамках проектирования и реорганизации организации – осуществлять контроль в системе менеджмента – находить рациональное решение проблемы – систематизировать и обобщать маркетинговую информацию; использовать маркетинговые информационные системы – выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных рыночных ситуаций, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты – систематизировать и обобщать маркетинговую информацию; использовать информационные технологии для решения маркетинговых задач на предприятии; использовать маркетинговые информационные системы; анализировать рыночные возможности, разрабатывать стратегию продвижения нового продукта – использовать маркетинговые информационные системы; систематизировать и обобщать маркетинговую информацию; определять факторы поведения покупателей владеть: – способностью анализировать развитие и закономерности функционирования организации – передовыми методами планирования и управления на любом уровне организации – способностью реагировать на течение законов организации – методами организационного проектирования – навыками самоконтроля – способностью собрать необходимые данные, проанализировать их и подготовить аналитический отчет – опытом определения	
--	--	---	--

		потребностей рынка; определения маркетинговых подходов в решении проблем бизнеса в том числе и в сфере образования – навыками организации и проведения маркетинговых исследований – методами определения экономической эффективности внедрения новой продукции; - опытом разработки стратегий выхода на целевой рынок – опытом контроля и оценки маркетинговой деятельности на современном предприятии	
2	Экономика образования	знать: – ключевые понятия экономики образования – основные методы экономики образования – современный механизм финансирования образования – содержание плана финансово-хозяйственной деятельности образовательного учреждения, содержание сметы казенного образовательного учреждения – сущность и особенности образовательной услуги – основные принципы формирования системы оплаты труда – основы предпринимательства в сфере образования уметь: – оценивать происходящие экономические процессы в отрасли образования – анализировать экономическую эффективность деятельности образовательных учреждений и образования в целом – анализировать результативность деятельности образовательных учреждений владеть: – навыками работы с нормативными документами – навыками работы с планом финансово-хозяйственной деятельности образовательного учреждения, навыками работы со сметой казенного	лекции, практические занятия

		образовательного учреждения – навыками использования знаний по экономике образования в своей профессиональной деятельности	
3	Экономическая теория	знать: – основные категории и законы экономики, а также – анализировать и сопоставлять процессы, явления, проблемы, происходящие в экономике страны и в мировой экономике – проблемы открытой экономики и причины процветания одних стран и бедности других – самостоятельно работать со статическими справочниками и литературой уметь: – как взаимодействуют товарный и денежный рынок – методами анализа современной экономической действительности – как рассчитываются экономические показатели и строятся экономические модели – анализировать и сопоставлять процессы, явления, проблемы, происходящие в экономике страны и в мировой экономике владеть: – самостоятельно работать со статическими справочниками и литературой – основные направления и ведущие школы микро- и макроэкономического анализа: марксизм, кейнсианство, институционализм и др – последовательно излагать материал и аргументировать предлагаемые выводы	лекции, практические занятия

2.2. Календарный график формирования компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Семестры									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Менеджмент и маркетинг							+			
2	Экономика образования			+							
3	Экономическая теория	+	+								

2.3. Матрица оценки сформированности компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Оценочные средства и формы оценки
1	Менеджмент и маркетинг	Проверочные работы на лекционных занятиях. Контрольные задания на практических занятиях. Письменный мини-опрос. Участие в деловой игре. Решение кейса. Экзамен.
2	Экономика образования	Задания практических занятий. Тестирование в рамках рубежных срезов. Зачет.
3	Экономическая теория	Проверочные работы на лекционных занятиях. Письменный мини-опрос. Участие в деловой игре. Решение кейса. Написание эссе. Тестирование в рамках рубежных срезов. Итоговое собеседование на зачете. Участие в дискуссии. Аттестация с оценкой.