

Паспорт и программа формирования компетенции

Направление 38.03.02 «Менеджмент»
Профиль «Управление малым бизнесом»

1. Паспорт компетенции

1.1. Формулировка компетенции

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

ОПК-4	способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации
--------------	--

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

- основные теоретические аспекты современных концепций психолого-социальных основ успешных деловых коммуникаций;;
- специфику работы рекламного отдела малого предприятия;;
- знаниями в сфере управления и организации работы РО, планировании рекламных кампаний;;
- функциональные схемы организации рекламной деятельности в современных компаниях малого бизнеса;
- - умением творчески совершенствовать известные управленческие приемы.;
- знаниями в сфере управления и организации работы РО, планировании рекламных кампаний;;
- основные методы социологических исследований на малом предприятии;
- эффективные PR-технологии взаимодействия с обществом и властными структурами: лоббирование и фандрайзинг;
- этические принципы осуществления вербальной и невербальной коммуникаций в деловой среде;
- теоретические основы и закономерности делового этикета и норм поведения;
- основные понятия в области экономики и менеджмента организации;
- основные формы внутренней управленческой отчетности организации;
- основные этапы и разделы отчета по практике;

уметь

- устанавливать индивидуальные различия коммуникативной деятельности;;
- - выявлять новые сферы деятельности рекламного отдела;;
- - выявлять проблемные ситуации в организации работы рекламного отдела;;
- разрабатывать стратегические планы организации рекламной деятельности;;
- влияние СМИ на формирование общественного сознания;
- технологию планирования PR-деятельности на малом предприятии и технологию проведения PR-кампании;

- выявлять проблемы этического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты;
- разрабатывать и обосновывать варианты этически приемлемых и социально ответственных хозяйственных решений;
- применять различные методы анализа экономики и управления в профессиональной деятельности;
- эффективно находить, обобщать и анализировать разнородную информацию;
- оформлять материалы исследования в отчет по практике;

владеть

- навыками применения правил деловой этики и делового этикета, использования стратегий деловых коммуникаций;;
- разрабатывать стратегические планы организации рекламной деятельности;;
- составлять план работы рекламного отдела, оценивать его эффективность, осуществлять планирование основных направлений работы с использованием компьютерной базы данных.;
- распределять обязанности каждого участника проекта и осуществлять полноценный контроль.;
- особенности взаимодействия PR-специалистов со СМИ;
- технологию планирования внутрикорпоративного PR;
- навыками участия в научных дискуссиях по этическим вопросам управления персоналом;
- 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.

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)	Обладать навыками работы с электронной почты, уметь строить речь таким образом, чтобы информация была воспринята слушателями своевременно и верно.
2	<i>Повышенный (продвинутый) уровень</i> (превосходит «пороговый (базовый) уровень» по одному или нескольким существенным признакам)	Уметь осуществлять деловое общение путем электронной и обычной переписки, обладать навыками публичных выступлений и переговоров.
3	<i>Высокий (превосходный) уровень</i> (превосходит пороговый уровень по всем существенным признакам, предполагает максимально возможную выраженность компетенции)	Используя полученные знания, навыки и опыт, строить устную и письменную речь таким образом, чтобы деловые партнеры и сотрудники всецело осознали объем и важность обсуждаемых проблем и своевременно были проинформированы о принятом управленческом решении.

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	Деловые коммуникации	знать: – основные теоретические аспекты современных концепций психолого-социальных основ успешных деловых коммуникаций; уметь: – устанавливать индивидуальные различия коммуникативной деятельности; владеть: – навыками применения правил деловой этики и делового этикета, использования стратегий деловых коммуникаций;	лекции, практические занятия, экзамен
2	Организация рекламной деятельности на малом предприятии	знать: – специфику работы рекламного отдела малого предприятия; – знаниями в сфере управления и организации работы РО, планировании рекламных кампаний; – функциональные схемы организации рекламной деятельности в современных компаниях малого бизнеса – - умением творчески совершенствовать известные управленческие приемы. – знаниями в сфере управления и организации работы РО, планировании рекламных кампаний; уметь: – - выявлять новые сферы деятельности рекламного отдела; – - выявлять проблемные ситуации в организации работы рекламного отдела; – разрабатывать стратегические планы организации рекламной деятельности; владеть: – разрабатывать стратегические	лекции, практические занятия, экзамен

		<p>планы организации рекламной деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – составлять план работы рекламного отдела, оценивать его эффективность, осуществлять планирование основных направлений работы с использованием компьютерной базы данных. – распределять обязанности каждого участника проекта и осуществлять полноценный контроль. 	
3	Организация связей с общественностью на малом предприятии	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные методы социологических исследований на малом предприятии – эффективные PR-технологии взаимодействия с обществом и властными структурами: лоббирование и фандрайзинг <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – влияние СМИ на формирование общественного сознания – технологию планирования PR-деятельности на малом предприятии и технологию проведения PR-кампании <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности взаимодействия PR-специалистов со СМИ – технологию планирования внутрикорпоративного PR 	лекции, практические занятия, экзамен
4	Этика деловых отношений	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – этические принципы осуществления вербальной и невербальной коммуникаций в деловой среде – теоретические основы и закономерности делового этикета и норм поведения <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выявлять проблемы этического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты – разрабатывать и обосновывать варианты этически приемлемых и социально ответственных хозяйственных решений <p>владеть:</p>	лекции, практические занятия, экзамен

		– навыками участия в научных дискуссиях по этическим вопросам управления персоналом	
5	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 	

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	Деловые коммуникации		+	+							
2	Организация рекламной деятельности на малом предприятии			+	+						
3	Организация связей с общественностью на малом предприятии			+	+						

4	Этика деловых отношений			+							
5	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков				+						

2.3. Матрица оценки сформированности компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Оценочные средства и формы оценки
1	Деловые коммуникации	Подготовка индивидуального проекта. Написание эссе.
2	Организация рекламной деятельности на малом предприятии	Выполнение письменных заданий. Индивидуальные задания. Устные ответы на занятиях. Разработка мини-проекта. Аттестация с оценкой.
3	Организация связей с общественностью на малом предприятии	Выполнение письменных заданий. Индивидуальные задания. Устные ответы на занятиях. Разработка мини-проекта. Аттестация с оценкой.
4	Этика деловых отношений	Ответ на задания практического занятия. Эссе. Реферат. Ролевые игры. Зачет.
5	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).