

Паспорт и программа формирования компетенции

Направление 38.04.02 «Менеджмент»
Магистерская программа «Цифровой бизнес-маркетинг и реклама»

1. Паспорт компетенции

1.1. Формулировка компетенции

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

ОПК-1	способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления
--------------	--

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

- особенности современного маркетинга и сопоставления их с существующими тенденциями;
- особенности внешней среды предприятия, методов и способов ее анализа;
- существующие методы и способы анализа рынка, в том числе потребителей, а также использования новых технологий с целью продвижения товаров на рынке;
- тематику НИР в данной сфере, тему исследования;
- механизм выбора объекта и методики исследования, подходы разработки управленческих моделей;
- методику анализа результатов исследований;
- основные нормативно-правовые документы, регулирующие деятельность предприятия;
- характеристику основ кадрового, документационного, информационного, технического, нормативно-методического и правового обеспечения системы управления на предприятии;
- основы делопроизводства, стандарты и требования к оформлению отчетов;
- механизм определения направления исследования, разработки проекта индивидуального плана прохождения практики, графика выполнения работы;
- механизм организации самостоятельной работы: подготовка учебного материала по требуемой тематике к лекции, практическому занятию, семинарскому занятию; изучение учебно-методической литературы;
- механизм описания выполненной работы и полученных практических результатов;
- механизм организации самостоятельной работы: подготовка материала по требуемым организационным формам и методам цифрового маркетинг-менеджмента; изучение учебно-методической литературы;
- механизм описания выполненной работы и полученных практических результатов изучения и владения организационными формами и методами современного менеджмента;

уметь

- применять существующие технологии в маркетинга с целью совершенствования методов взаимоотношения предприятия с субъектами рынка;
- оценивать текущую ситуацию на рынке, в особенности выявление современных проблем и нахождение альтернатив решения их;
- практическое применение правовых норм при производстве и реализации товаров и услуг;
- провести литературный обзор и патентный поиск;
- проводить эмпирический анализ проблемы исследования, сформировать программу и инструмент исследования, собрать эмпирический материал по проблеме исследования;
- разрабатывать практические рекомендации, решать проблемные вопросы, уметь писать статьи и выступать на научной конференции, семинаре;
- применять теоретические знания для характеристики финансово-экономической деятельности предприятия;
- определить теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества предприятия;
- представлять итоги проделанной работы, полученные в результате прохождения ознакомительной практики;
- решать организационные вопросы основных подходов к освоению и проведению занятий;
- организовывать практическую работу: участие в учебном процессе; проведение занятий; участие в анализе своих занятий, а также занятий, проводимых преподавателями; участие в организации и проведении занятий с использованием современных информационных технологий обучения. Ведение дневника практики;
- проводить проверку и анализ отчетных материалов;
- решать организационные вопросы основных подходов к освоению и профессиональных управленческих навыков в вопросах менеджмента;
- организовывать практическую работу;

владеть

- навыками самостоятельно обобщать информацию, анализировать и принимать решения в конкурентной среде при создании новых товаров и услуг;
- навыками самостоятельно изучать и понимать специальную (отраслевую) научную и методическую литературу, связанную с современными проблемами в маркетинге;
- навыками использования в практической деятельности знаний о новых подходах в маркетинге;
- методикой исследования концепций по тематике магистерской диссертации;
- методикой анализа эмпирического материала по проблеме исследования;
- алгоритмом применения и использования результатов НИР для составления итогового отчета о НИР;
- основными методами, способами и средствами получения, хранения и переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией;
- навыками делового общения, навыками организаторской работы, навыками работы с документами, навыками работы с должностными инструкциями работников;
- методами презентации научных результатов на научных конференциях с привлечением современных технических средств;
- организационными формами и методами обучения выпускающей кафедры;
- образовательным стандартом практики и рабочим учебным планом по одной из основных образовательных программ;
- навыками подготовки и оформления отчета о практике и презентации;
- профессиональным стандартом практики; организационными формами и методами управления;
- методикой исследовательской работы в соответствии с тематикой исследования, навыками ведения и проверка дневника практики и диссертационных материалов; методикой комплексного изучения деятельности организации.

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)	Имеет теоретические представления о направлениях развития экономической, организационной и управленческой теории, об инновационных подходах, основанных на обобщении и критическом анализе практик управления.
2	Повышенный (продвинутой) уровень (превосходит «пороговый (базовый) уровень» по одному или нескольким существенным признакам)	Демонстрирует знания о путях решения профессиональных задач в экономической, организационной и управленческой теории.
3	Высокий (превосходный) уровень (превосходит пороговый уровень по всем существенным признакам, предполагает максимально возможную выраженность компетенции)	Способен самостоятельно решать профессиональные задачи в экономической, организационной и управленческой теории. Умеет применять инновационные подходы, основанные на обобщении и критическом анализе практик управления.

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	Современные проблемы маркетинга	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности современного маркетинга и сопоставления их с существующими тенденциями – особенности внешней среды предприятия, методов и способов ее анализа – существующие методы и способы анализа рынка, в том числе потребителей, а также использования новых технологий с целью продвижения товаров на рынке <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять существующие технологии в маркетинга с целью совершенствования методов взаимоотношения предприятия с 	лекции, практические занятия, экзамен

		<p>субъектами рынка</p> <ul style="list-style-type: none"> – оценивать текущую ситуацию на рынке, в особенности выявление современных проблем и нахождение альтернатив решения их – практическое применение правовых норм при производстве и реализации товаров и услуг <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками самостоятельно обобщать информацию, анализировать и принимать решения в конкурентной среде при создании новых товаров и услуг – навыками самостоятельно изучать и понимать специальную (отраслевую) научную и методическую литературу, связанную с современными проблемами в маркетинге – навыками использования в практической деятельности знаний о новых подходах в маркетинге 	
2	Научно-исследовательская работа	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – тематику НИР в данной сфере, тему исследования – механизм выбора объекта и методики исследования, подходы разработки управленческих моделей – методику анализа результатов исследований <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – провести литературный обзор и патентный поиск – проводить эмпирический анализ проблемы исследования, сформировать программу и инструмент исследования, собрать эмпирический материал по проблеме исследования – разрабатывать практические рекомендации, решать проблемные вопросы, уметь писать статьи и выступать на научной конференции, семинаре <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методикой исследования концепций по тематике магистерской диссертации – методикой анализа 	

		эмпирического материала по проблеме исследования – алгоритмом применения и использования результатов НИР для составления итогового отчета о НИР	
3	Ознакомительная практика	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные нормативно-правовые документы, регулирующие деятельность предприятия – характеристику основ кадрового, документационного, информационного, технического, нормативно-методического и правового обеспечения системы управления на предприятии – основы делопроизводства, стандарты и требования к оформлению отчетов <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять теоретические знания для характеристики финансово-экономической деятельности предприятия – определить теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества предприятия – представлять итоги проделанной работы, полученные в результате прохождения ознакомительной практики <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основными методами, способами и средствами получения, хранения и переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией – навыками делового общения, навыками организаторской работы, навыками работы с документами, навыками работы с должностными инструкциями работников – методами презентации научных результатов на научных конференциях с привлечением современных технических 	

		средств	
4	Педагогическая практика	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – механизм определения направления исследования, разработки проекта индивидуального плана прохождения практики, графика выполнения работы – механизм организации самостоятельной работы: подготовка учебного материала по требуемой тематике к лекции, практическому занятию, семинарскому занятию; изучение учебно--методической литературы – механизм описания выполненной работы и полученных практических результатов <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – решать организационные вопросы основных подходов к освоению и проведению занятий – организовывать практическую работу: участие в учебном процессе; проведение занятий; участие в анализе своих занятий, а также занятий, проводимых преподавателями; участие в организации и проведении занятий с использованием современных информационных технологий обучения. Ведение дневника практики – проводить проверку и анализ отчетных материалов <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – организационными формами и методами обучения выпускающей кафедры – образовательным стандартом практики и рабочим учебным планом по одной из основных образовательных программ – навыками подготовки и оформления отчета о практике и презентации 	
5	Практика по профилю профессиональной деятельности	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – механизм определения направления исследования, разработки проекта индивидуального плана прохождения практики, графика 	

		<p>выполнения работы</p> <ul style="list-style-type: none"> – механизм организации самостоятельной работы: подготовка материала по требуемым организационным формам и методам цифрового маркетинг- менеджмента; изучение учебно-методической литературы – механизм описания выполненной работы и полученных практических результатов изучения и владения организационными формами и методами современного менеджмента уметь: – решать организационные вопросы основных подходов к освоению и профессиональных управленческих навыков в вопросах менеджмента – организовывать практическую работу – проводить проверку и анализ отчетных материалов владеть: – профессиональным стандартом практики; организационными формами и методами управления – методикой исследовательской работы в соответствии с тематикой исследования, навыками ведения и проверка дневника практики и диссертационных материалов; методикой комплексного изучения деятельности организации – навыками подготовки и оформления отчета о практике и презентации 	
--	--	---	--

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	Современные проблемы маркетинга			+							
2	Научно-исследовательская работа	+	+	+	+	+					
3	Ознакомительная практика			+							

4	Педагогическая практика		+								
5	Практика по профилю профессиональной деятельности					+					

2.3. Матрица оценки сформированности компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Оценочные средства и формы оценки
1	Современные проблемы маркетинга	Контрольная работа. Тест. Решение практических заданий. Экзамен.
2	Научно-исследовательская работа	Подготовка к выходу на практику (ознакомление с программой практики. Степень выполнения программы практики. Организация и проведение исследования по проблеме, сбор эмпирических данных и их интерпретация. Качество представленного отчёта по практике (своевременность, качество проведенной работы, творческие инициативы). Выступление на научной конференции, семинаре.
3	Ознакомительная практика	Дневник прохождения практики. Характеристика руководителя практики в организации. Отчет с практическим материалом (оформление, содержание, объем и содержание практического материала). Защита отчета по результатам прохождения практики (выступление, ответы на вопросы, участие в дискуссии).
4	Педагогическая практика	Подготовка к выходу на практику (ознакомление с программой практики, получение задания). Степень выполнения программы практики. Качество представленного отчёта по практике (своевременность, качество проведенной работы, творческие инициативы).
5	Практика по профилю профессиональной деятельности	Подготовка к выходу на практику (ознакомление с программой практики, получение задания). Степень выполнения программы практики. Качество представленного отчёта по практике (своевременность, качество проведенной работы, творческие инициативы).