

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-3	способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды
--------------	---

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 анализа потребностей, возможностей бизнеса и конкуренции в рамках стратегического маркетинга;
- особенности разработки ориентированной на рынок стратегии предприятия;
- особенности анализа конкурентоспособности предприятия;
- стратегические цели компании;
- виды целей компании. Этапы разработки целей компании;
- анализ продуктов и услуг по следующим матрицам: модель BCG, матрица Ge/McKinsey, матрица Ансофф, модель ADL/LC;
- методику стратегического контроллинга стратегических изменений. Контроллинг этапов стратегии;
- основы построения микроэкономических моделей;
- основные инструменты микроэкономического моделирования деятельности фирмы;
- основные инструменты микроэкономического моделирования поведения потребителя;
- основные инструменты микроэкономического моделирования неопределенности и риска;
- закономерности экономического роста;
- тематику НИР в данной сфере, тему исследования;
- механизм выбора объекта и методики исследования, подходы разработки управленческих моделей;
- методику анализа результатов исследований;
- 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

– оценивать рыночную ситуацию;

– проводить маркетинговые исследования;

– оценивать конкурентоспособность предприятия;

– формировать стратегию компании (пример стратегического проекта);

– разрабатывать альтернативные цели компании;

– процесс анализа продуктов и услуг по следующим матрицам: модель BCG, матрица Ge/McKinsey, матрица Ансофф, модель ADL/LC;

– выявлять риски, связанные с выбранными стратегиями;

– анализировать основные элементы микроэкономических моделей;

– применять современный математический инструментарий для микроэкономического моделирования деятельности фирмы;

– применять современный математический инструментарий для микроэкономического моделирования поведения потребителя;

– использовать современное программное обеспечение для микроэкономического моделирования неопределенности и риска;

– применять современный математический инструментарий для моделирования экономического роста;

– 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;

– 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 обобщения полученных знаний;

– навыками изложения и применения знаний на практике;

– обработки, анализа и представления результатов маркетинговых исследований;

– процессом формирования стратегической цели компании;

– видением и миссией компании, этапами стратегического планирования;

– механизмом реструктуризации организационной структуры управления компании;

– методикой процесса реализации стратегии с учетом стиля поведения компании в условиях кризиса;

– основными методами построения моделей открытой экономики;

– методами построения моделей деятельности фирмы;

– методами построения моделей поведения потребителя;

– методами построения моделей поведения потребителей и фирм в условиях неопределенности и риска;

– навыками самостоятельной исследовательской работы;

– 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;
- 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 процессе принятия организационно-управленческих решений, об их операционной и организационной эффективности, социальной значимости.
2	Повышенный (продвинутый) уровень (превосходит «пороговый (базовый) уровень» по одному или нескольким существенным признакам)	Демонстрирует знания о процессе принятия организационно-управленческих решений, об их операционной и организационной эффективности, социальной значимости, о способах их реализации в условиях сложной и динамичной среды.
3	Высокий (превосходный) уровень (превосходит пороговый уровень по всем существенным признакам, предполагает максимально возможную выраженность компетенции)	Самостоятельно принимает обоснованные организационно-управленческие решения, оценивает их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивает их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды.

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 маркетинг	знать: – особенности анализа потребностей, возможностей бизнеса и конкуренции в рамках	лекции, практические занятия

		<p>стратегического маркетинга</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности разработки ориентированной на рынок стратегии предприятия – особенности анализа конкурентоспособности предприятия <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – оценивать рыночную ситуацию – проводить маркетинговые исследования – оценивать конкурентоспособность предприятия <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками обобщения полученных знаний – навыками изложения и применения знаний на практике – обработки, анализа и представления результатов маркетинговых исследований 	
2	Стратегическое планирование и руководство проектной деятельностью в бизнесе	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – стратегические цели компании – виды целей компании. Этапы разработки целей компании – анализ продуктов и услуг по следующим матрицам: модель BCG, матрица Ge/McKinsey, матрица Ансофф, модель ADL/LC – методику стратегического контроллинга стратегических изменений. Контроллинг этапов стратегии <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формировать стратегию компании (пример стратегического проекта) – разрабатывать альтернативные цели компании – процесс анализа продуктов и услуг по следующим матрицам: модель BCG, матрица Ge/McKinsey, матрица Ансофф, модель ADL/LC – выявлять риски, связанные с выбранными стратегиями <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – процессом формирования стратегической цели компании – видением и миссией компании, этапами стратегического планирования 	лекции, практические занятия, экзамен

		<ul style="list-style-type: none"> – механизмом реструктуризации организационной структуры управления компании – методикой процесса реализации стратегии с учетом стиля поведения компании в условиях кризиса 	
3	Экономическая теория (продвинутый курс)	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основы построения микроэкономических моделей – основные инструменты микроэкономического моделирования деятельности фирмы – основные инструменты микроэкономического моделирования поведения потребителя – основные инструменты микроэкономического моделирования неопределенности и риска – закономерности экономического роста <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать основные элементы микроэкономических моделей – применять современный математический инструментарий для микроэкономического моделирования деятельности фирмы – применять современный математический инструментарий для микроэкономического моделирования поведения потребителя – использовать современное программное обеспечение для микроэкономического моделирования неопределенности и риска – применять современный математический инструментарий для моделирования экономического роста <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основными методами построения моделей открытой экономики – методами построения моделей деятельности фирмы – методами построения моделей 	лекции, практические занятия

		<p>поведения потребителя</p> <ul style="list-style-type: none"> – методами построения моделей поведения потребителей и фирм в условиях неопределенности и риска – навыками самостоятельной исследовательской работы 	
4	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 	
5	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: <p>подготовка учебного материала по требуемой тематике к лекции, практическому занятию, семинарскому занятию; изучение</p>	

		<p>учебно--методической литературы</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 	
6	<p>Практика по профилю профессиональной деятельности</p>	<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 материала по требуемым организационным формам и методам цифрового маркетинг- менеджмента; <p>изучение учебно-методической литературы</p> <ul style="list-style-type: none"> – механизм описания выполненной работы и полученных практических результатов изучения и владения организационными формами и 	

		<p>методами современного менеджмента</p> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – решать организационные вопросы основных подходов к освоению и профессиональных управленческих навыков в вопросах менеджмента – организовывать практическую работу – проводить проверку и анализ отчетных материалов <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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	Стратегический маркетинг				+						
2	Стратегическое планирование и руководство проектной деятельностью в бизнесе				+						
3	Экономическая теория (продвинутый курс)				+						
4	Научно-исследовательская работа	+	+	+	+	+					
5	Педагогическая практика		+								
6	Практика по профилю профессиональной деятельности					+					

2.3. Матрица оценки сформированности компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Оценочные средства и формы оценки
-------	--	-----------------------------------

1	Стратегический маркетинг	Тест. Самостоятельная работа. Письменная работа. Зачет.
2	Стратегическое планирование и руководство проектной деятельностью в бизнесе	Написание эссе. Контрольная работа. Тест. Экзамен.
3	Экономическая теория (продвинутый курс)	Решение практических задач. Тестирование. Контрольная работа. Зачет.
4	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.
5	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).
6	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).