

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-4	способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций
--------------	---

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;
- 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 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;
- 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 профессиональных управленческих навыков в вопросах менеджмента;
- организовывать практическую работу;
- проводить проверку и анализ отчетных материалов;

владеть

- навыками обобщения полученных знаний;
- навыками изложения и применения знаний на практике;
- обработки, анализа и представления результатов маркетинговых исследований;
- 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;
- 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.

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 руководстве проектной и процессной деятельности в организации, современных практиках управления, лидерских и коммуникативных навыках.
2	Повышенный (продвинутый) уровень (превосходит «пороговый (базовый) уровень» по одному или нескольким существенным признакам)	Демонстрирует знания о руководстве проектной и процессной деятельности в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыках, выявлении и оценке новых рыночных возможностей.
3	Высокий (превосходный) уровень (превосходит пороговый уровень по всем существенным признакам, предполагает максимально возможную выраженность компетенции)	Руководит проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, проявляет лидерские и коммуникативные навыки, выявляет и дает оценку новых рыночных возможностей, разрабатывает стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций.

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	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности анализа потребностей, возможностей бизнеса и конкуренции в рамках стратегического маркетинга – 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 	лекции, практические занятия
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	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 выполнения работы – 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 <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	Научно-исследовательская работа	+	+	+	+	+					
3	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	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	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).