

# 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:

<b>ОПК-5</b>	способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты
--------------	--

### 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**

- методологию как учение о принципах, формах и способах получения знаний о явлениях и процессах объективного мира и человеческого сознания;
- логику исследования как результат работы научного мышления;
- общий анализ теоретических и экспериментальных исследований, сопоставление экспериментальных и теоретических результатов исследования;
- 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 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**

- построить план по проблематике целенаправленного исследования;
- разрабатывать методологический аппарат исследования: стратегия, тактика, основные показатели качества исследования;
- анализировать расхождения полученных и имеющихся результатов других исследований, проводить дополнительные эксперименты;
- 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 профессиональных управленческих навыков в вопросах менеджмента;
- организовывать практическую работу;
- проводить проверку и анализ отчетных материалов;

### ***владеть***

- методикой проведения исследования;
- алгоритмом построения научного исследования;
- методикой формирования выводов и оформление отчетов полученных результатов, составлять доклады и публикации по полученным результатам, требованиями к защите магистерского исследования;
- 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;
- 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	<b>Пороговый (базовый) уровень</b> (обязательный по отношению ко всем выпускникам к моменту завершения ими обучения по ООП)	Имеет теоретические представления о способах обобщения и методах оценки научных исследований в менеджменте и смежных областях.
2	<b>Повышенный (продвинутой) уровень</b> (превосходит «пороговый (базовый) уровень» по одному или нескольким существенным признакам)	Демонстрирует знания об обобщении и критической оценке научных исследований в менеджменте и смежных областях, об этапах выполнения научно-исследовательских проектах.
3	<b>Высокий (превосходный) уровень</b> (превосходит пороговый уровень по всем существенным признакам, предполагает максимально возможную выраженность компетенции)	Самостоятельно обобщает и критически оценивает научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполняет научно-исследовательские проекты.

## 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	Методология научных исследований	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методологию как учение о принципах, формах и способах получения знаний о явлениях и процессах объективного мира и человеческого сознания</li> <li>– логику исследования как результат работы научного мышления</li> <li>– общий анализ теоретических и экспериментальных исследований, сопоставление экспериментальных и теоретических результатов исследования</li> </ul> <p>уметь:</p>	лекции, практические занятия, экзамен

		<ul style="list-style-type: none"> <li>– построить план по проблематике целенаправленного исследования</li> <li>– разрабатывать методологический аппарат исследования: стратегия, тактика, основные показатели качества исследования</li> <li>– анализировать расхождения полученных и имеющихся результатов других исследований, проводить дополнительные эксперименты</li> <li>владеть: <ul style="list-style-type: none"> <li>– методикой проведения исследования</li> <li>– алгоритмом построения научного исследования</li> <li>– методикой формирования выводов и оформление отчетов полученных результатов, составлять доклады и публикации по полученным результатам, требованиями к защите магистерского исследования</li> </ul> </li> </ul>	
2	Современные проблемы маркетинга	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– особенности современного маркетинга и сопоставления их с существующими тенденциями</li> <li>– особенности внешней среды предприятия, методов и способов ее анализа</li> <li>– существующие методы и способы анализа рынка, в том числе потребителей, а также использования новых технологий с целью продвижения товаров на рынке</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– применять существующие технологии в маркетинга с целью совершенствования методов взаимоотношения предприятия с субъектами рынка</li> <li>– оценивать текущую ситуацию на рынке, в особенности выявление современных проблем и нахождение альтернатив решения их</li> <li>– практическое применение правовых норм при производстве и реализации товаров и услуг</li> </ul> <p>владеть:</p>	лекции, практические занятия, экзамен

		<ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками самостоятельно обобщать информацию, анализировать и принимать решения в конкурентной среде при создании новых товаров и услуг</li> <li>– навыками самостоятельно изучать и понимать специальную (отраслевую) научную и методическую литературу, связанную с современными проблемами в маркетинге</li> <li>– навыками использования в практической деятельности знаний о новых подходах в маркетинге</li> </ul>	
3	Научно-исследовательская работа	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– тематику НИР в данной сфере, тему исследования</li> <li>– механизм выбора объекта и методики исследования, подходы разработки управленческих моделей</li> <li>– методику анализа результатов исследований</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– провести литературный обзор и патентный поиск</li> <li>– проводить эмпирический анализ проблемы исследования, сформировать программу и инструмент исследования, собрать эмпирический материал по проблеме исследования</li> <li>– разрабатывать практические рекомендации, решать проблемные вопросы, уметь писать статьи и выступать на научной конференции, семинаре</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методикой исследования концепций по тематике магистерской диссертации</li> <li>– методикой анализа эмпирического материала по проблеме исследования</li> <li>– алгоритмом применения и использования результатов НИР для составления итогового отчета о НИР</li> </ul>	
4	Ознакомительная практика	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные нормативно-правовые документы, регулирующие деятельность</li> </ul>	

		<p>предприятия</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– характеристику основ кадрового, документационного, информационного, технического, нормативно-методического и правового обеспечения системы управления на предприятии</li> <li>– основы делопроизводства, стандарты и требования к оформлению отчетов</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– применять теоретические знания для характеристики финансово-экономической деятельности предприятия</li> <li>– определить теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества предприятия</li> <li>– представлять итоги проделанной работы, полученные в результате прохождения ознакомительной практики</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основными методами, способами и средствами получения, хранения и переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией</li> <li>– навыками делового общения, навыками организаторской работы, навыками работы с документами, навыками работы с должностными инструкциями работников</li> <li>– методами презентации научных результатов на научных конференциях с привлечением современных технических средств</li> </ul>	
5	<p>Практика по профилю профессиональной деятельности</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– механизм определения направления исследования, разработки проекта индивидуального плана прохождения практики, графика выполнения работы</li> <li>– механизм организации самостоятельной работы:</li> </ul>	

		<p>подготовка материала по требуемым организационным формам и методам цифрового маркетинг- менеджмента; изучение учебно-методической литературы</p> <p>– механизм описания выполненной работы и полученных практических результатов изучения и владения организационными формами и методами современного менеджмента</p> <p>уметь:</p> <p>– решать организационные вопросы основных подходов к освоению и профессиональных управленческих навыков в вопросах менеджмента</p> <p>– организовывать практическую работу</p> <p>– проводить проверку и анализ отчетных материалов</p> <p>владеть:</p> <p>– профессиональным стандартом практики; организационными формами и методами управления</p> <p>– методикой исследовательской работы в соответствии с тематикой исследования, навыками ведения и проверка дневника практики и диссертационных материалов; методикой комплексного изучения деятельности организации</p> <p>– навыками подготовки и оформления отчета о практике и презентации</p>	
--	--	---	--

## 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	Методология научных исследований	+										
2	Современные проблемы маркетинга			+								
3	Научно-исследовательская работа	+	+	+	+	+						
4	Ознакомительная 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	Методология научных исследований	Практическое задание. Самостоятельная работа. Эссе. Экзамен.
2	Современные проблемы маркетинга	Контрольная работа. Тест. Решение практических заданий. Экзамен.
3	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.
4	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).
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).