

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:

УК-4	способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
-------------	--

1.2. Место компетенции в совокупном ожидаемом результате обучения

Компетенция относится к блоку универсальных компетенций и является обязательной для всех выпускников в соответствии с требованиями ОПОП.

1.3. Структура компетенции

Структура компетенции в терминах «знать», «уметь», «владеть»

знать

- лексический минимум общего и терминологического характера на английском языке;
- наиболее употребительные базовые грамматические структуры английского языка, их функции и способы формирования;
- значение словообразующих элементов языка и основы словообразования;
- основные принципы стратегического планирования, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий;
- проблемное поле, цели, задачи, рамки исследовательской деятельности, возможные этапы, сценарии, технологии, деятельности, исходя из социальной ситуации, имеющихся ресурсов, возможных результатов деятельности и последствий реализации различных сценариев;
- основные теории и понятия теории организации, организационного поведения, стратегического управления, психологической, социологической теории;
- базовые принципы мотивации персонала;
- основные методы измерения эффективности деятельности и процессов;
- инструменты медиа планирования;
- подходы к оценке эффективности рекламных кампаний;

уметь

- использовать английский язык в межличностном общении и в ситуациях профессиональной коммуникации: вести беседу общего содержания по изучаемой теме, делать сообщение и обобщение; высказывать свое мнение;
- употреблять речевые модели и клише, характерные для делового общения; представить себя, коллег; провести переговоры, сделать презентацию;
- передавать на английском языке информацию в письменном виде: в виде деловых и электронных сообщений, резюме. Уметь составлять аннотации;
- оценивать эффективность коммуникационных программ и мероприятий;
- организовать работу по построению коммуникационных отделов компании;
- выявлять, формулировать и критически оценивать актуальные проблемы развития

- организации в сфере менеджмента и управления человеческими ресурсами;
- представлять результаты работы в форме доклада, презентации, письменного отчета;
- применять инновационные методы управления командами и подразделениями и осуществлять научный анализ аналогичного опыта;
- формировать комплекс маркетинга;
- методами оценки эффективности рекламных кампаний;

владеть

- основной профессиональной терминологией по профилю «Социальная работа» на иностранном языке;
- навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении на иностранном языке;
- навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении на иностранном языке;
- навыками разработки коммуникационных программ и мероприятий, на основе оценки их конечной и промежуточной эффективности;
- навыками создания и управления коммуникационной инфраструктурой организации;
- навыками управления подразделениями, командами и отдельными подчиненными и навыками качественного самоанализа своей управленческой деятельности;
- навыками выбора наиболее актуальных направлений научных исследований, ставить задачи исследования и определять способы решения поставленных задач;
- навыками самостоятельно приобретать и использовать в практической деятельности новые знания и умения в различных сферах деятельности;
- навыками организации и проведения научных исследований.

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)	Владеет основными правилами и закономерностями личной и деловой устной и письменной коммуникации, современными коммуникативными технологиями на русском и иностранном языках, имеет представление о существующих филологических сообществах для профессионального взаимодействия и межкультурного общения.
2	Повышенный (продвинутый) уровень (превосходит «пороговый (базовый) уровень» по одному или нескольким существенным признакам)	Способен применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы делового общения для профессионального взаимодействия. Демонстрирует способность к логичному и адекватному изложению своей точки зрения о воспринятом (устном или письменном) материале. Демонстрирует интегративные умения, необходимые для реферирования различных академических текстов (рефератов, эссе, обзоров, статей и т.д.). Умеет использовать сеть интернет и социальные сети в процессе учебной и академической профессиональной коммуникации.
3	Высокий (превосходный) уровень (превосходит пороговый уровень по всем существенным признакам,	Свободно владеет жанрами письменной и устной коммуникации в академической сфере, в том числе в условиях межкультурного взаимодействия, методикой межличностного делового общения на русском и иностранном языках, с применением профессиональных

	предполагает максимально возможную выраженность компетенции)	языковых форм, средств и современных коммуникативных технологий. Демонстрирует интегративные умения, необходимые для эффективного участия в академических и профессиональных дискуссиях.
--	--	--

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	Иностранный язык в профессиональной коммуникации	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – лексический минимум общего и терминологического характера на английском языке – наиболее употребительные базовые грамматические структуры английского языка, их функции и способы формирования – значение словообразующих элементов языка и основы словообразования <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать английский язык в межличностном общении и в ситуациях профессиональной коммуникации: вести беседу общего содержания по изучаемой теме, делать сообщение и обобщение; высказывать свое мнение – употреблять речевые модели и клише, характерные для делового общения; представить себя, коллег; провести переговоры, сделать презентацию – передавать на английском языке информацию в письменном виде: в виде деловых и электронных сообщений, резюме. Уметь составлять аннотации <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основной профессиональной терминологией по профилю «Социальная работа» на иностранном языке – навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом 	лабораторные работы

		<p>общении на иностранном языке языке</p> <p>– навыками выражения своих мыслей и мнения в межличностном и деловом общении на иностранном языке</p>	
2	Директ- маркетинг	<p>знать:</p> <p>– основные принципы стратегического планирования, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий</p> <p>– проблемное поле, цели, задачи, рамки исследовательской деятельности, возможные этапы, сценарии, технологии, деятельности, исходя из социальной ситуации, имеющихся ресурсов, возможных результатов деятельности и последствий реализации различных сценариев</p> <p>уметь:</p> <p>– оценивать эффективность коммуникационных программ и мероприятий</p> <p>– организовать работу по построению коммуникационных отделов компании</p> <p>владеть:</p> <p>– навыками разработки коммуникационных программ и мероприятий, на основе оценки их конечной и промежуточной эффективности</p> <p>– навыками создания и управления коммуникационной инфраструктурой организации</p>	лекции, практические занятия
3	Лидерство	<p>знать:</p> <p>– основные теории и понятия теории организации, организационного поведения, стратегического управления, психологической, социологической теории</p> <p>– базовые принципы мотивации персонала</p> <p>– основные методы измерения эффективности деятельности и процессов</p> <p>уметь:</p> <p>– выявлять, формулировать и критически оценивать актуальные проблемы развития</p>	лекции, практические занятия

		<p>организации в сфере менеджмента и управления человеческими ресурсами</p> <ul style="list-style-type: none"> – представлять результаты работы в форме доклада, презентации, письменного отчета – применять инновационные методы управления командами и подразделениями и осуществлять научный анализ аналогичного опыта <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками управления подразделениями, командами и отдельными подчиненными и навыками качественного самоанализа своей управленческой деятельности – навыками выбора наиболее актуальных направлений научных исследований, ставить задачи исследования и определять способы решения поставленных задач – навыками самостоятельно приобретать и использовать в практической деятельности новые знания и умения в различных сферах деятельности 	
4	Современные маркетинговые коммуникации	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – инструменты медиа планирования – подходы к оценке эффективности рекламных кампаний <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формировать комплекс маркетинга – методами оценки эффективности рекламных кампаний <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками организации и проведения научных исследований 	лекции, практические занятия

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	Иностранный язык в профессиональной коммуникации		+										

2	Директ- маркетинг				+						
3	Лидерство				+						
4	Современные маркетинговые коммуникации		+								

2.3. Матрица оценки сформированности компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Оценочные средства и формы оценки
1	Иностранный язык в профессиональной коммуникации	Выполнение устных заданий. Письменные задания. Контрольная работа. Зачет.
2	Директ- маркетинг	Тестирование. Решение проблемных задач. Опрос. Зачет.
3	Лидерство	Доклад, презентация. Эссе. Написание доклада. Зачет.
4	Современные маркетинговые коммуникации	Решение кейса. Презентация. Работа в малой группе. Зачет.