

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-5	способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного 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

- особенности методологии науки;
- систему общенаучных методов познания;
- основания структурирования научного знания;
- методы познания, применяемые в конкретной научно-исследовательской деятельности;
- 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;
- основные подходы к организации международной маркетинговой деятельности;
- разнообразные виды товарных, ценовых, сбытовых и коммуникативных технологий в международном маркетинге;
- инструменты медиа планирования;
- подходы к оценке эффективности рекламных кампаний;

уметь

- анализировать с методологической точки зрения процесс научного исследования;
- различать особенности эмпирического и теоретического уровней познания;
- сравнивать различные научные методы, применяемые в научно-исследовательской работе;
- применять методы научного познания в науке;
- 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;
- оценивать окружающую среду для обоснования принятия решения;
- осуществлять оценку эффективности различных форм маркетинговых коммуникаций на внешних рынках;
- формировать комплекс маркетинга;
- методами оценки эффективности рекламных кампаний;

владеть

- навыками использования понятийного аппарата в области философии науки;
- категориальным аппаратом методологии науки;
- навыками анализа теоретического и эмпирического уровней познания в научно-исследовательской деятельности;
- методами научного исследования;
- 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;
- теоретическими знаниями и практическими навыками, необходимыми для принятия альтернативных решений по разработке маркетинговых программ;
- методами разработки маркетинговых стратегий по всем элементам маркетинга - микс;
- навыками организации и проведения научных исследований.

1.4. Планируемые уровни сформированности компетенции

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня
1	<i>Пороговый (базовый) уровень</i> (обязательный по отношению ко всем выпускникам к моменту завершения ими обучения по ООП)	Имеет представление об основных закономерностях развития общества и роли культуры в развитии человечества. Демонстрирует знания основ межличностного делового общения на русском и иностранном языках, закономерностей и особенностей социально-исторического развития различных культур, межкультурного разнообразия общества.
2	<i>Повышенный (продвинутый) уровень</i> (превосходит «пороговый (базовый) уровень» по одному или нескольким существенным признакам)	Способен применять методику межличностного делового общения на русском и иностранном языках, с использованием профессиональных языковых форм, средств и современных коммуникативных технологий. Демонстрирует умение адекватно объяснять особенности поведения и мотивации людей различного социального и культурного происхождения в процессе взаимодействия с ними, опираясь на знание лингвокультурных особенностей поведения людей.
3	<i>Высокий (превосходный) уровень</i> (превосходит пороговый)	Демонстрирует понимание и умение толерантно воспринимать межкультурное разнообразие общества, анализировать и учитывать разнообразие культур в

уровень по всем существенным признакам, предполагает максимально возможную выраженность компетенции)	процессе межкультурного взаимодействия, владение методами и навыками эффективного межкультурного взаимодействия.
--	--

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	История и методология науки	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности методологии науки – систему общенаучных методов познания – основания структурирования научного знания – методы познания, применяемые в конкретной научно-исследовательской деятельности <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать с методологической точки зрения процесс научного исследования – различать особенности эмпирического и теоретического уровней познания – сравнивать различные научные методы, применяемые в научно-исследовательской работе – применять методы научного познания в науке <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками использования понятийного аппарата в области философии науки – категориальным аппаратом методологии науки – навыками анализа теоретического и эмпирического уровней познания в научно-исследовательской деятельности – методами научного исследования 	лекции, практические занятия, экзамен
2	Директ- маркетинг	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные принципы стратегического планирования, творческой проработки и реализации коммуникационных 	лекции, практические занятия

		<p>программ и мероприятий</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – оценивать эффективность коммуникационных программ и мероприятий – организовать работу по построению коммуникационных отделов компании <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками разработки коммуникационных программ мероприятий, на основе оценки их конечной и промежуточной эффективности – навыками создания и управления коммуникационной инфраструктурой организации 	
3	Лидерство	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные теории и понятия теории организации, организационного поведения, стратегического управления, психологической, социологической теории – базовые принципы мотивации персонала – основные методы измерения эффективности деятельности и процессов <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 	лекции, практические занятия

		<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	Международный маркетинг и реклама	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные подходы к организации международной маркетинговой деятельности – разнообразные виды товарных, ценовых, сбытовых и коммуникативных технологий в международном маркетинге <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – оценивать окружающую среду для обоснования принятия решения – осуществлять оценку эффективности различных форм маркетинговых коммуникаций на внешних рынках <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – теоретическими знаниями и практическими навыками, необходимыми для принятия альтернативных решений по разработке маркетинговых программ – методами разработки маркетинговых стратегий по всем элементам маркетинга - микс 	лекции, практические занятия, экзамен
5	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 	лекции, практические занятия

		– методами оценки эффективности рекламных кампаний владеть: – навыками организации и проведения научных исследований	
--	--	--	--

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	История и методология науки		+	+							
2	Директ- маркетинг				+						
3	Лидерство				+						
4	Международный маркетинг и реклама		+								
5	Современные маркетинговые коммуникации		+								

2.3. Матрица оценки сформированности компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Оценочные средства и формы оценки
1	История и методология науки	Эссе. Написание научных тезисов. Доклад на тему. Зачет.
2	Директ- маркетинг	Тестирование. Решение проблемных задач. Опрос. Зачет.
3	Лидерство	Доклад, презентация. Эссе. Написание доклада. Зачет.
4	Международный маркетинг и реклама	Выступление с докладом. Контрольная работа. Защита проекта. Экзамен.
5	Современные маркетинговые коммуникации	Решение кейса. Презентация. Работа в малой группе. Зачет.