

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:

ПКР-1	способен к формированию и анализу транснациональных траекторий развития бизнеса в условиях применения альтернативных концепций эффективности управления (анализ и оценка информационного обеспечения бизнеса; использование экспертных и Форсайт оценок; анализ интересов целевых аудиторий стейкхолдеров; маркетинговые исследования)
--------------	--

1.2. Место компетенции в совокупном ожидаемом результате обучения

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

1.3. Структура компетенции

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

знать

- 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;
- основные тенденции развития современного коммуникационного пространства;
- структуру участников процесса интегрированных коммуникаций, понимать условия их деятельности, особенности и ограничения;
- особенности развития интегрированных коммуникаций на современном этапе;
- основные функции рекламной службы компании;
- ключевые статьи доходов и расходов в медиа;
- основы рекламной деятельности;
- сущность международного бизнеса и тенденции его развития;
- особенности международного бизнеса в мировом хозяйстве;
- основные понятия теории инноватики;
- оценивать совокупность показателей инновационной деятельности предприятия;
- комплекс организационных форм, обеспечивающих инновационную деятельность;
- базовые экономические понятия и определения;
- теоретические и методологические основы организации собственного дела;
- правовое регулирование экономики;
- технологию разработки бизнес-плана;
- основные понятия, связанные с искусственным интеллектом;
- основные концепции искусственного интеллекта в бизнесе;
- трансформацию комплекса маркетинга, связанная с использованием искусственного

интеллекта;

- элементы медиакультуры и ее составные части;
- особенности потребления информации в современном мире;
- систему электронных медиа;
- 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

- 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;
- разбираться в основных механизмах управления информационным потоком;
- формировать структуру процесса интегрированных коммуникаций;
- разбираться в современных технологиях интегрированных коммуникаций;
- анализировать функционирование медиа рекламного рынка в мире и в России;
- оценивать мировой и российский рынки рекламы: объемы, структура, тренды;
- применять основные бизнес-модели. Branding и Performance на рынке интернет-рекламы;
- анализировать источники научной информации по изучаемой проблематике;
- формулировать собственные суждения;
- оценивать совокупность показателей инновационной деятельности предприятия;
- анализировать инновационные проекты, формировать технико-экономические обоснования и бизнес-планы инновационных проектов;
- разрабатывать управленческие инновационные проекты;
- собирать и анализировать информацию;
- осуществлять планирование производственной деятельности;
- принимать управленческие решения;
- разрабатывать бизнес-план;
- интерпретировать результаты;
- оценивать качество нейросетевой модели;
- решать задачи;
- определять функции медиакультуры;
- сегментировать информацию;
- проводить типологию СМИ;
- 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

- 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;
- традиционными и современными технологиями маркетинговой рекламной и PR-деятельности;
- специальной терминологией и лексикой данной дисциплины;
- навыками самостоятельного овладения новыми знаниями рекламы и PR-деятельности;
- навыками по изучению специфики отдельных подsegmentов медиаэкономики и применению на практике этих навыков;
- навыками ценообразования при размещении рекламы на телевидении, в радио, в прессе, наружной рекламе, в интернете;
- навыками представления собственных суждений;
- навыками анализа информации;
- практическими навыками по анализу и сравнительной оценке показателей эффективности инновационной деятельности организации;
- навыками построения структур инновационной деятельности;
- навыками выбора вида предпринимательской деятельности;
- навыками сбора необходимой информации;
- создания собственной фирмы;
- статистическим инструментом оценки наличия выбросов BoxPlot;
- навыками оценивания нейросетевой модели;
- навыками выработки приемов взаимодействия системы современных электронных масс-медиа и бизнес-сферы;
- современными IT-технологиями;
- 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	Пороговый (базовый) уровень (обязательный по отношению ко всем выпускникам к моменту завершения ими обучения по ООП)	Имеет теоретические представления на базовом уровне
2	Повышенный (продвинутый) уровень (превосходит «пороговый (базовый) уровень» по одному или нескольким существенным признакам)	Способен осуществлять анализ и оценку показателей в профессиональной деятельности
3	Высокий (превосходный) уровень (превосходит пороговый уровень по всем существенным признакам, предполагает максимально возможную выраженность компетенции)	Самостоятельно использует в профессиональной деятельности различные методы и технологии оценочных мероприятий на уровне уверенного пользователя

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	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) 	лекции, практические занятия, экзамен

		<ul style="list-style-type: none"> – 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 владеть: – 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 	
2	Интегрированные коммуникации в сфере бизнеса	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные тенденции развития современного коммуникационного пространства – структуру участников процесса интегрированных коммуникаций, понимать условия их деятельности, особенности и ограничения – особенности развития интегрированных коммуникаций на современном этапе <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – разбираться в основных механизмах управления информационным потоком – формировать структуру процесса интегрированных коммуникаций – разбираться в современных технологиях интегрированных коммуникаций <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – традиционными и современными технологиями маркетинговой рекламной и PR-деятельности – специальной терминологией и лексикой данной дисциплины – навыками самостоятельного овладения новыми знаниями 	лекции, практические занятия

		рекламы и PR-деятельности	
3	Медиа рекламный бизнес в условиях цифровизации	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные функции рекламной службы компании – ключевые статьи доходов и расходов в медиа – основы рекламной деятельности <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать функционирования медиа рекламного рынка в мире и в России – оценивать мировой и российский рынки рекламы: объемы, структура, тренды – применять основные бизнес-модели. Branding и Performance на рынке интернет-рекламы <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками по изучению специфики отдельных подsegmentов медиаэкономики и применению на практике этих навыков – навыками ценообразования при размещении рекламы на телевидении, в радио, в прессе, наружной рекламе, в интернете 	лекции, практические занятия
4	Международный бизнес и предпринимательство	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сущность международного бизнеса и тенденции его развития – особенности международного бизнеса в мировом хозяйстве <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать источники научной информации по изучаемой проблематике – формулировать собственные суждения <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками представления собственных суждений – навыками анализа информации 	лекции, практические занятия
5	Менеджмент в инновационной сфере	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные понятия теории инноватики – оценивать совокупность показателей инновационной деятельности предприятия – комплекс организационных форм, обеспечивающих инновационную деятельность 	лекции, практические занятия

		<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – оценивать совокупность показателей инновационной деятельности предприятия – анализировать инновационные проекты, формировать технико-экономические обоснования и бизнес-планы инновационных проектов – разрабатывать управленческие инновационные проекты <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – практическими навыками по анализу и сравнительной оценке показателей эффективности инновационной деятельности организации – навыками построения структур инновационной деятельности 	
6	Основы предпринимательской культуры	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – базовые экономические понятия и определения – теоретические и методологические основы организации собственного дела – правовое регулирование экономики – технологию разработки бизнес-плана <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – собирать и анализировать информацию – осуществлять планирование производственной деятельности – принимать управленческие решения – разрабатывать бизнес-план <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками выбора вида предпринимательской деятельности – навыками сбора необходимой информации – создания собственной фирмы 	лекции, практические занятия
7	Применение искусственного интеллекта в бизнес- маркетинге	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные понятия, связанные с искусственным интеллектом – основные концепции искусственного интеллекта в бизнесе – трансформацию комплекса маркетинга, связанная с использованием искусственного интеллекта 	лекции, практические занятия, экзамен

		<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – интерпретировать результаты – оценивать качество нейросетевой модели – решать задачи <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – статистическим инструментом оценки наличия выбросов BoxPlot – навыками оценивания нейросетевой модели 	
8	Современная медиакультура в глобальных бизнес- коммуникациях	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – элементы медиакультуры и ее составные части – особенности потребления информации в современном мире – систему электронных медиа <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять функции медиакультуры – сегментировать информацию – проводить типологию СМИ <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками выработки приемов взаимодействия системы современных электронных масс-медиа и бизнес-сферы – современными IT-технологиями 	лекции, практические занятия, экзамен
9	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 	

		<p>концепций по тематике магистерской диссертации</p> <ul style="list-style-type: none"> – методикой анализа эмпирического материала по проблеме исследования – алгоритмом применения и использования результатов НИР для составления итогового отчета о НИР 	
10	Ознакомительная практика	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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	
11	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	Стратегическое планирование и руководство проектной деятельностью в бизнесе				+						
2	Интегрированные коммуникации в сфере бизнеса			+							
3	Медиа рекламный бизнес в условиях цифровизации	+									
4	Международный бизнес и предпринимательство		+								
5	Менеджмент в инновационной сфере		+								
6	Основы предпринимательской культуры					+					
7	Применение искусственного интеллекта в бизнес- маркетинге	+									
8	Современная медиакультура в глобальных бизнес- коммуникациях					+					
9	Научно-исследовательская работа	+	+	+	+	+					
10	Ознакомительная практика			+							
11	Практика по профилю профессиональной деятельности					+					

2.3. Матрица оценки сформированности компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Оценочные средства и формы оценки
1	Стратегическое планирование и руководство проектной деятельностью в бизнесе	Написание эссе. Контрольная работа. Тест. Экзамен.
2	Интегрированные коммуникации в сфере бизнеса	Эссе. Индивидуальные письменные работы. Написание проекта. Аттестация с оценкой.
3	Медиа рекламный бизнес в условиях цифровизации	Практическая работа по темам. Реферат. Эссе. Зачет.
4	Международный бизнес и предпринимательство	Выступление с докладом. Реферат. Контрольный опрос. Зачет.
5	Менеджмент в инновационной сфере	Контрольная работа. Письменный опрос. Тестирование. Зачет.
6	Основы предпринимательской культуры	Устный опрос, выступление с докладом. Контрольная работа, письменный опрос. Самостоятельная работа. Зачет.
7	Применение искусственного интеллекта в бизнес- маркетинге	Решение практических задач. Выполнение проекта в группах. Подготовка презентации. Экзамен.

8	Современная медиакультура в глобальных бизнес- коммуникациях	Подготовка презентации. Эссе. Контрольная работа. Экзамен.
9	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.
10	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).
11	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).