

**1.1.ПЕРЕЧЕНЬ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
МАРКЕТИНГ И БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ
(ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ)**

Код компетенции	Наименование компетенции
УНИВЕРСАЛЬНЫЕ/ОБЩЕКУЛЬТУРНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ (ОК/УК/УК ОС)	
<i>Приводится полный список компетенций в порядке, данном во ФГОС (ОС)</i>	
УК ОС-1	способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции
УК ОС-2	способность разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений
УК ОС-3	способность вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе
УК ОС-4	способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках
УК ОС-5	способность проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества
УК ОС-6	способность выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК ОС-7	способность поддерживать уровень физического здоровья, достаточного для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК ОС-8	способность создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций
УК ОС-9	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
УК ОС-10	способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности
УК ОС-11	способен идентифицировать проявления экстремизма и участвовать в принятии профилактических мер, направленных на предупреждение экстремистской, в том числе террористической деятельности
ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ (ОПК/ОПК ОС) (при наличии)	
<i>Приводится полный список компетенций в порядке, данном во ФГОС (ОС)</i>	
ОПК ОС-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний экономической и управленческой теории

ОПК ОС-2	Способен осуществлять сбор и анализ данных, в том числе из открытых источников, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современных инструментов
ОПК ОС-3	Способен находить организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости и оценивать их последствия
ОПК ОС-4	Способен демонстрировать знания последних прорывных направлений в менеджменте и связанных с ними революционных открытий, технологий и продуктов
ОПК ОС-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационно-коммуникационные технологии и программные средства
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ (ПК/ПК ОС)	
<i>Приводится полный список компетенций для выбранных для освоения видов деятельности/профдеятельности.</i>	
<i>Вид деятельности: организационно-управленческая</i>	
ПКО ОС-1	Способен использовать при осуществлении профессиональной деятельности современные методики маркетинга
ПКО ОС-2	Способен оценивать и учитывать факторы внешней среды бизнеса для повышения конкурентоспособности организации
ПКО ОС-3	Способен применять в профессиональной деятельности современные методы управления человеческими ресурсами
ПКО ОС-4	Способен применять основные методы финансового менеджмента для обеспечения деятельности организации
ПКО ОС-5	Способен осуществлять оценку конкурентных преимуществ организации при разработке и реализации стратегии организации
ПКс-1	владение умениями и навыками проведения системного и комплексного анализа внешней и внутриорганизационной среды бизнеса с применением информационно-аналитических систем и технологий, инструментов финансово-экономической аналитики
ПКс-2	владение умениями и навыками анализа и прогнозирования конъюнктуры рынков, методами проведения социологических исследований с использованием инструментов количественного и качественного анализа, экономико-математических и статистических расчетов, цифровых технологий обработки данных
ПКс-3	владение умениями и навыками организации и проведения маркетинговых исследований с использованием системы метрик маркетинга и брендинга и инструментов комплекса маркетинга
ПКс-4	владение умениями и навыками подготовки и реализации сбалансированных управленческих решений

ПКс-5	способность участвовать в разработке и внедрении инновационных платформ (систем, технологий, продуктов) корпоративного развития
ПКс-6	способность участвовать в разработке и реализации маркетинговых программ (проектов, систем, технологий) с использованием инструментов комплекса маркетинга
ПКс-7	владение умениями и навыками проектирования и управления корпоративными брендами
ПКс-8	владение креативными умениями и навыками создания конкурентоспособных корпоративных брендов
ПКс-9	владение специальными умениями и навыками разработки и реализации программ и проектов продвижения корпоративных брендов

1.2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ – ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ (ПАСПОРТА КОМПЕТЕНЦИЙ) И ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

УК ОС-1 способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции

1. Общая характеристика компетенции

Компетенция направлена на Формирование системного мышления, она является базовой для освоения компетенции ОПК ОС-2 (Способен осуществлять сбор и анализ данных, в том числе из открытых источников, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современных инструментов).

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
БЗ.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	8
БЗ.02(Д)	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)	8
Б1.О.01	История (история России, всеобщая история)	1
Б1.О.02	Философия	2
Б2.О.01(У)	Ознакомительная практика	3

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции

2.1. Состав (структура) компетенции

Содержание компетенции - **способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции**

К требуемому результату, установленному компетенцией, приведут следующие последовательно выстроенные действия. Сначала закладываются историко-философские воззрения, базовые категории экономических знаний и права, формирующие ценностную базу критического анализа. Формируется системное мышление, дается понимание ключевых ценностей человечества на современном этапе, являющиеся классической инструментальной базой системного анализа. Затем изучаются информационные технологии, закрепляются и проверяются навыки системного мышления, основы правовых и \экономических знаний, то есть происходит освоение использования в целях критического анализа информации классических (навыков системного мышления) и современных (информационных) инструментов, что формирует системный подход. Формируется правовая культура в целом и понимание правовой среды функционирования бизнеса, что позволяет проводить обоснованный критический анализ информации, что позволяет делать аргументацию собственной позиции убедительной. Закрепляется на практике навыки критического анализа информации на базе ранее сформированных исторических

философских, экономических и правовых знаний, что позволяет выстраивать систему аргументов при обосновании собственной позиции. В завершении формирования компетенции развивается способность применять критический анализ и системный при выполнении выпускной квалификационной работы.

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	УК ОС-1.1	Способность оценивать отечественную историю в совокупности, в том числе, противоречивых факторов, анализировать на этой основе современные тренды
2	УК ОС-1.2	Формирование способности понимать место человека в современном мире на основе понимания закономерностей развития природы, общества и познания

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
УК ОС-1.1	<ul style="list-style-type: none"> - Знает основные этапы исторического развития России. - Способен при анализе современных ситуаций опираться на критический системный анализ исторических процессов. - Способен адекватно представлять национальные интересы России в мультикультурной среде. 	<p>Проблематика основных разделов курса освоена.</p> <p>Обучающийся владеет понятийно-категориальным аппаратом исторической науки и использует его для анализа и описания конкретных социально-экономических и социально-политических процессов.</p> <p>Может раскрыть позиции. основных исторических школ.</p> <p>Умеет применять полученные знания для анализа и интерпретации конкретно-исторической действительности.</p>	<p>Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения тестовых и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств к дисциплинам, модулям и практикам, в рамках которых осваивается компетенция, для проведения</p>

УК ОС-1.2	Способен сформулировать мировоззренческую позицию по актуальным проблемам современного глобального мира	- Знает основные понятия философии в области онтологии, гносеологии, методологии, аксиологии, истории философии. - Умеет аргументировать свою точку зрения, анализировать основные закономерности, оценивать основные философские школы и направления. - Умеет представить свою собственную точку зрения по обсуждаемой теме, доказать ее, используя понятийный и аналитический контент философии	промежуточной аттестации. Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств государственной итоговой аттестации (экзамена) и защиты ВКР.
-----------	---	---	--

Достижение результата освоения УК ОС-1 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний - основные исторические понятия и термины; конкретно-исторические и международно-политические смыслы проблем; главные методы анализа исторического процесса (логический, синхронно-исторический, ретроспективный, сравнительно-исторический и др.), российской государственности и общества в контексте мирового исторического процесса, процессы развития Московской Руси, процессы развития императорской России (конец XVIII в. – начало XX в.), процессы развития страны в XX в, становление и развитие России в XX в., вступление в XXI в.; знание основных понятий философии в области онтологии, гносеологии, методологии, аксиологии, истории философии

следующих умений - соотнести различные периоды и направления в развитии отечественной истории, оценить их с учетом современного уровня исторического познания; выявлять причины, этапы, деятели объединительного процесса, применять методику по оценке политических, экономических, социокультурных процессов модернизации России, применять полученные знания в реализации управленческих задач в конкретных условиях; умение аргументировать свою точку зрения, анализировать основные закономерности, оценивать основные философские школы и направления

следующих навыков - технологиями научного анализа, использования и обновления знаний по истории России различных периодов в контексте всемирно-исторического процесса; методами анализа исторического процесса, изучения документальной базы, методами исторического анализа, методикой оценки социально-политического, экономического и социокультурного развития России, методикой оценки социально-политического, экономического и социокультурного развития России, способами реализации полученных знаний и умений в конкретной области применения; умение представить собственную точку зрения по обсуждаемой теме, доказывать ее, используя аналитический аппарат философии

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

УК ОС-2 способность разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений

1. Общая характеристика компетенции

Компетенция УК ОС-2 является универсальной, она направлена на возможности к разработке и реализации проекта.

Компетенция УК ОС-2 осваивается параллельно с ОПК ОС-5 (Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационно-коммуникационные технологии и программные средства).

Входным уровнем для формирования компетенции УК ОС-2 является сформированность в рамках программы среднего образования личностного результата освоения образовательной программы предметных результатов по дисциплинам базового уровня «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Общий менеджмент», «Основы правового регулирования управленческой деятельности», навыков проектной деятельности: умение разрабатывать и реализовывать проекты экономической и междисциплинарной направленности на основе базовых экономических знаний и ценностных ориентиров.

Компетенция УК ОС-2 является основой для освоения компетенции является базой для последующего освоения профессиональной компетенции ПКс-4 (Владение умениями и навыками подготовки и реализации сбалансированных управленческих решений).

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
Б1.О.07	Цифровое общество, введение в искусственный интеллект и разговорные боты	2
Б1.В.08	Управление проектами	4
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	8
Б3.02(Д)	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)	8

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции

2.1. Состав (структура) компетенции

Содержание компетенции – **способность разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений**

К требуемому результату, установленному компетенцией приведут следующие последовательно выстроенные действия. Изучение экономического и функционального содержания категории ресурсы, освоение способов привлечения и размещения ресурсов,

рассмотрение рычагов повышения эффективности использования ресурсов. Получение навыков учета ресурсных ограничений при формировании проекта.

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	УК ОС-2.1	Способность к определению проблемы, постановке проектного замысла и предварительному планированию проектных задач (с соответствующими расчётами и обоснованиями).
2	УК ОС-2.2	Способность в рамках разработки проекта выбирать оптимальные способы достижения поставленной цели, исходя из существующих ограничений

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
УК ОС-2.1	Знание актуальных программных средств, принятых для осуществления делопроизводства; Знание методов работы с большими объемами информации; Знание методов работы с открытыми данными: государственных органов, коммерческих структур, отраслевых некоммерческих организаций;	Низкий «неудовлетворительно/незачет» компетенция не освоена или освоена в недостаточной мере. Студент не знает, либо знает на слабом уровне теоретический материал дисциплины. Не владеет терминологией и основными понятиями из профессиональной сферы или называет неуверенно, с ошибками. Пороговый (базовый) «удовлетворительно/зачет» компетенция освоена удовлетворительно, но недостаточно.	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения тестовых и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств к дисциплинам, освоаются компетенция, для проведения промежуточной аттестации. Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств государственной итоговой аттестации (экзамена) и защиты ВКР.

	Знание основных методов и технологий анализа информационного поля.	Студент освоил основную базу теоретических знаний. Владеет терминологией и основными понятиями из профессиональной сферы.	
УК ОС-2.2	Способность применить проектный подход как способ решения профессиональных проблем (задач)	<p>- Может определить основные параметры проекта (цели, сроки, команда, ресурсы, ограничения, контроль)</p> <p>Способен предложить адекватные способы привлечения (использования) ресурсов для реализации проекта</p>	

Достижение результата освоения УК ОС-2 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний - компьютерной грамотности и культуры использования цифровой информации, без которых невозможно формирование необходимого комплекса компетенций современного специалиста, истории, места и роли информационных технологий в жизни

общества и в профессиональной деятельности; различий в информационных и компьютерных технологиях; методологические положения по управлению проектами, фазы жизненного цикла проекта, процессы и функции управления проектами подходы к оценке проектов, методики оценки рисков.

следующих умений – пользоваться компьютером для осуществления деловой коммуникации, подготовки документов разного рода (писем, таблиц, презентаций, баз данных); решать повседневные информационные задачи (создания текстов, презентаций, таблиц, баз данных); анализировать среду, определять стратегические цели проектов, у формировать устав проекта, управлять рисками и стейкхолдерами проекта, организовать управление проектами по фазам жизненного цикла

следующих навыков - деловой коммуникации; информационного поиска, составления устава проекта , календарного план. бюджета проекта, организацию системы контроля

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ**УК ОС-3 способность вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе****1. Общая характеристика компетенции**

Компетенция УК ОС-3 является универсальной, она направлена на возможности командной работы и лидерства.

Компетенция УК ОС-3 осваивается параллельно с профессиональной компетенцией ПКс-5 (способность участвовать в разработке и внедрении инновационных платформ (систем, технологий, продуктов) корпоративного развития).

Входным уровнем для формирования компетенции УК ОС-3 является сформированность следующих метапредметных результатов освоения основной образовательной программы среднего образования умение продуктивно общаться и взаимодействовать в процессе совместной деятельности, учитывать позиции других участников деятельности, эффективно разрешать конфликты

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
Б2.О.01(У)	Ознакомительная практика	3
Б2.О.02(П)	Технологическая (проектно-технологическая) практика	7
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	8
Б3.02(Д)	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)	8
К.М.06	Инновационное развитие корпоративных брендов	8
К.М.06.01	Организационное поведение	8

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции**2.1. Состав (структура) компетенции**

Содержание компетенции - **способность вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе**

К требуемому результату, установленному компетенцией приведут следующие последовательно выстроенные действия. Формирование методической базы осознания своего места и своих действий в структуре управления организацией. Освоение навыков управления человеческими ресурсами и способности к выполнению профессиональной роли в команде учетно-финансовых работников.

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	УК ОС-3.1	Обосновывает адекватность распределения ролей в рамках выполнения командной задачи и собственную ролевую позицию.

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
УК ОС-3.1	Может организовать работу маркетинговой службы в рамках стратегии развития организации, текущих бизнес-процессов и проектной деятельности организации	Студент определяет стратегию и тактику формирования команды, использовать современные методы управления малой группой, анализирует структуру группы, определять конкретные феномены групповой динамики.	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения тестовых и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств к дисциплинам, модулям и практикам, в рамках которых осваивается компетенция, для проведения промежуточной аттестации. Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств государственной итоговой аттестации (экзамена) и защиты ВКР.

Достижение результата освоения УК ОС-3 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний - особенности риск-менеджмента, принципы стратегического и оперативного планирования, методы управления проектами

следующих умений - прогнозировать результаты, планировать и создавать условия для результативной маркетинговой деятельности организации

следующих навыков - организация работы в рамках стратегии развития организации, текущих бизнес-процессов и проектной деятельности организации, руководство работой по системному развитию и оптимизации операционной и организационной структур организации.

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

УК ОС-4 способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках

1. Общая характеристика компетенции

Компетенция УК ОС-4 является универсальной, она направлена на коммуникацию.

Компетенция УК ОС-4 осваивается параллельно с ОПК ОС-4 (Способен демонстрировать знания последних прорывных направлений в менеджменте и связанных с ними революционных открытий, технологий и продуктов).

Входным уровнем для формирования компетенции УК ОС-4 является сформированность предметных результатов освоения основной образовательной программы по русскому и иностранному языкам: способность свободно общаться в различных формах и на разные темы, свободное использование словарного запаса, сформированность умений написания текстов по различным темам на русском и иностранном языках.

Компетенция УК ОС-4 является базой для последующего освоения профессиональной компетенции ПКО ОС-4 (Способен применять основные методы финансового менеджмента для обеспечения деятельности организации).

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция.

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
Б1.О.10	Культура речи и деловое общение	2
Б1.О.11	Иностранный язык (английский)	1,2,3,4
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	8
Б3.02(Д)	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)	8

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции

2.1. Состав (структура) компетенции

Содержание компетенции - **способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках**

К требуемому результату, установленному компетенцией приведут следующие последовательно выстроенные действия. Изучение деловых коммуникаций и деловой этики. Освоение возможности сочетания знаний в области деловой этики, иностранного

языка и менеджмента в построении профессиональной деловой коммуникации. Формирование способности использования деловой коммуникации в устной письменной форме в профессиональной деятельности на русском и иностранном языках.

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	УК ОС-4.1	Способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной форме на английском языке (Английский язык для бизнеса)
2	УК ОС-4.2	Английский язык для маркетологов.
3	УК ОС-4.3	Способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной форме на русском языке

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
УК ОС-4.1	<p><u>На первой ступени обучения студент должен уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - обсуждать темы изучения в беседе, - выступать с докладом и презентацией, - предложить краткий комментарий. - вести записи, письменно излагать мысли. <p><u>На второй ступени обучения студент должен уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - обсуждать темы изучения в 	<ul style="list-style-type: none"> - Не испытывает затруднений в выборе языковых средств - Речь грамотная, свободная - Слышит собеседника, адекватно реагирует на его аргументацию - Не допускает речевых ошибок - Владеет бизнес лексикой - Общение осуществляется с соблюдением стилистических норм. - При общении не допущено 	<p>Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения тестовых и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств к дисциплинам, модулям и практикам, в рамках которых осваивается компетенция, для проведения промежуточной аттестации.</p> <p>Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных</p>

	<ul style="list-style-type: none"> беседе, выступать с докладом и презентацией, предложить комментарий. написать эссе, отчет. 	<ul style="list-style-type: none"> ошибок. Выполнены требования по оформлению сообщения (устного или письменного) Содержание сообщения логически выстроено в соответствии с выбранной формой Использована бизнес лексика 	средств государственной итоговой аттестации (экзамена) и защиты ВКР.
УК ОС-4.2	<p><u>На первой ступени:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> поддерживать беседу по теме, описывать место и предметы, выполнять вопросно-ответные задания по результатам чтения, отвечать на вопросы по результатам аудирования, уметь выражать свое мнение, описывать графически представленную информацию. <p><u>На второй ступени:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> активно поддерживать беседу при описании людей и предметов, событий и эмоций с элементами комментирования; описывать графически 	<p>Частично владеет языком, справляясь с общим смыслом в большинстве ситуаций, хотя делает много ошибок; в состоянии обрабатывать основные коммуникации в сфере бизнес общения.</p> <p>Имеет хорошее знание языка, несмотря на некоторые неточности и непонимание; способен использовать и понимать достаточно сложный язык, особенно в знакомых ситуациях.</p>	

	представленную информацию; - писать эссе.	
УК ОС-4.3	<ul style="list-style-type: none"> - знание терминологии и фактического материала по темам: языковые нормы, стиливые нормы, этико-речевые нормы; - умение анализировать и излагать материал с учетом основных языковых, стиливых и этико-речевых норм; - владение навыками грамотного и корректного делового общения 	<ul style="list-style-type: none"> - найти и исправить в тексте языковые, стилистические, этико-речевые и логико-смысловые ошибки; - написать реферат; - подготовить публичное выступление в соответствии с нормами речевой этики и правилами речевого этикета; - подготовить и отредактировать текст, относящийся к официально-деловому стилю

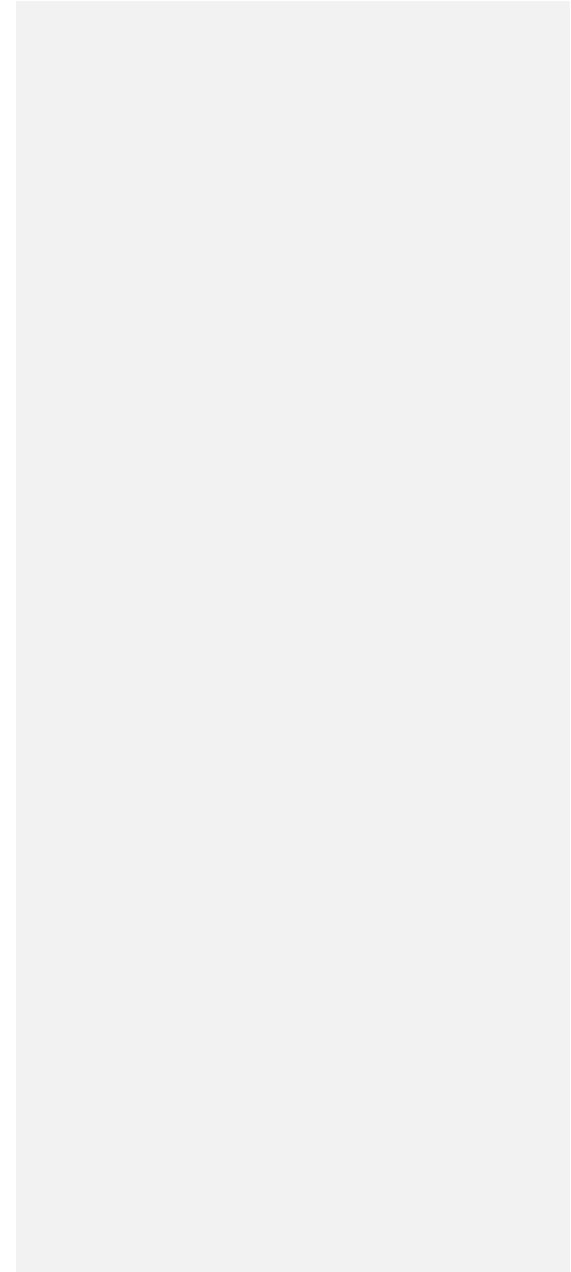
Достижение результата освоения УК ОС-4 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний - знания бизнес-лексики на иностранном языке, форм общения, требований по оформлению офисных документов, норм офисного этикета, особенностей ведения бизнеса в зарубежных странах; основных признаков и функций литературного языка; понятий «литературный язык», «диалект», «жаргон», «просторечие»; «культура речи» и «аспекты культуры речи: нормативный, коммуникативный, этический», «устная речь» и «письменная речь», «деловое общение», основ коммуникативной культуры; понятий «языковые нормы современного русского литературного языка: произносительные, лексические, грамматические, орфографические и пунктуационные нормы»; понятий «функциональные стили русского литературного языка: научный, публицистический, официально-деловой стили»; особенностей устного и письменного делового общения при использовании современного русского литературного языка как государственного языка Российской Федерации, правила, нормы и основные принципы этики делового общения

следующих умений – обсуждать темы изучения в беседе, выступать с докладом и презентацией, предложить краткий комментарий, вести записи, письменно излагать мысли, обсуждать темы изучения в беседе, выступать с докладом и презентацией, предложить комментарий, написать эссе, отчет, вести диалог, переписку, переговоры в рамках поставленных задач; редактировать основные виды документов; выполнять стилистическую правку при переводе материалов с иностранного языка на русский язык и наоборот.

следующих навыков – обсуждать темы изучения в беседе, выступать с докладом и презентацией, предложить развернутый комментарий, уметь описывать графики и таблицы, вести записи, письменно излагать мысли, грамотного, этически корректного устного и письменного

делового общения.



КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

УК ОС-5 способность проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества

1. Общая характеристика компетенции

Компетенция УК ОС-5 является универсальной, она направлена на возможности к межкультурному взаимодействию.

Компетенция УК ОС-5 осваивается параллельно с ОПК ОС-3 (Способен находить организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости и оценивать их последствия).

Входным уровнем для формирования компетенции УК ОС-5 является сформированность личностного результата освоения программы среднего образования: сформированность мировоззрения, соответствующему современному уровню развития науки и общественной практики, основанного на диалоге культур, а также различных форм общественного сознания, осознание своего места в поликультурном мире.

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
Б1.О.09	Социальная адаптация	2
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	8
Б3.02(Д)	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)	8
ФТД.01	Методика самостоятельной работы для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	1
ФТД.02	Социально-психологическая адаптация инвалидов и лиц с ограниченными возможностями	2
ФТД.03	Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО	4

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции

2.1. Состав (структура) компетенции

Содержание компетенции - **способность проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества**

К требуемому результату, установленному компетенцией приведут следующие последовательно выстроенные действия. Изучение исторических событий для их понимания межкультурного разнообразия общества. Освоение навыков использования системного мышления и осведомленности о мировых экономических процессов для проявления толерантности. Изучение возможностей использования иностранной речи и финансовых вопросов, для создания возможности проявления толерантности в профессиональной сферы. Использование навыков толерантности в профессиональной учетной деятельности при взаимодействии с

представителями собственников, контрагентов, покупателей и других участников финансовых отношений. Формирование целостной способности проявления толерантности в условиях межкультурного разнообразия общества.

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	УК ОС-5.1	Способность придерживаться принципов недискриминационного взаимодействия с сотрудниками, основанного на толерантном восприятии культурных особенностей представителей различных этносов и конфессий, при личном и массовом общении для выполнения поставленной бизнес-задачи.

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
УК ОС-5.1	Использует исторические события для понимания межкультурного разнообразия общества.	Правильно использует исторические события для понимания межкультурного разнообразия общества.	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения тестовых и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств к дисциплинам, модулям и практикам, в рамках которых осваивается компетенция, для проведения промежуточной аттестации. Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств государственной итоговой аттестации (экзамена) и защиты ВКР.

Достижение результата освоения УК ОС-5 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний - этические основы делового общения и формирования современной деловой культуры; основные ролевые позиции членов коллектива, принципы взаимодействия с коллегами; влияние социально-психологических и культурных особенностей сотрудников компании на эффективность их совместной деятельности; теории и практики ведения деловых переговоров, их организации и подготовки.

следующих умений – определять необходимые условия функционирования коллектива с учетом многообразия его членов; организовывать и проводить деловые переговоры; использовать тактические приемы, техники и тактики аргументации, методы предотвращения конфликтных ситуаций на переговорах.

следующих навыков - кооперации с коллегами, основанных на толерантном восприятии культурных особенностей представителей различных этносов и конфессий; способами организации и координации эффективного взаимодействия между сотрудниками; навыком ведения деловых переговоров, их организации и подготовки.

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

УК ОС-6 способность выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

1. Общая характеристика компетенции

Компетенция УК ОС-6 направлена на формирование универсальных возможностей в области самоорганизации саморазвития.

Компетенция УК ОС-6 базируется на формировании при освоении программы среднего образования следующих личностных результатов – сформированность основ саморазвития и самовоспитания в соответствии с общечеловеческими ценностями и идеалами гражданского общества; готовность и способность к самостоятельной, творческой и ответственной деятельности; готовность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности.

Компетенция УК ОС-6 осваивается параллельно с компетенцией ОПК ОС-4 (Способен демонстрировать знания последних прорывных направлений в менеджменте и связанных с ними революционных открытий, технологий и продуктов).

Характеристика «входного уровня», необходимого для формирования компетенции УК ОС-6: сформированность при освоении программы среднего образования основ саморазвития и самовоспитания в соответствии с общечеловеческими ценностями и идеалами гражданского общества; готовность и способность к самостоятельной, творческой и ответственной деятельности; готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности.

Компетенция УК ОС-6 является базой для последующего освоения общепрофессиональной компетенции ОПК-4 (способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации).

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
Б1.О.08	Самоменеджмент	2
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	8
Б3.02(Д)	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)	8

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции

2.1. Состав (структура) компетенции

Содержание компетенции - способность выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

К требуемому результату, установленному компетенцией приведут следующие последовательно выстроенные действия. Изначально, формирование способности к использованию основ теории познания для построения траектории саморазвития, далее освоение навыков использования системного мышления, основ менеджмента, психологии управления и базовой физической подготовки для выстраивания траектории саморазвития в течении всей жизни. В заключении закрепляется способность к построению траектории саморазвития на основе образования в течение всей жизни путем прохождения этапа подготовки и защиты выпускной квалификационной работы

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	УК ОС-6.1	Способность использовать в самообразовании знания современных методов самоменеджмента и самоорганизации для выстраивания траектории личностного и профессионального саморазвития и решения профессиональных задач.

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
УК ОС-6.1	Строит траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Студент понимает специфику процессов самоорганизации и самообразования, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности, знает основные методики планирования личного развития и самореализации, приемы саморегуляции эмоциональных и	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения тестовых и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств к дисциплинам, модулям и практикам, в рамках которых осваивается компетенция, для проведения промежуточной аттестации.

		функциональных состояний при выполнении профессиональной деятельности, техники развития лидерских качеств и принципы эффективной коммуникации	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств государственной итоговой аттестации (экзамена) и защиты ВКР.
--	--	---	--

Достижение результата освоения УК ОС-6 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний – содержание процессов самоорганизации и самообразования, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности, основные подходы к планированию личного развития и самореализации; системные знания об основах освоения людьми жизненной среды в процессе совместной активности, основные ролевые позиции членов коллектива, принципы взаимодействия с коллегами;

следующих умений - определять цели личного развития и планировать его, применять технологии развивающей деятельности; отстаивать свою позицию, убеждать; эффективно планировать рабочее время, находить компромиссные и альтернативные решения и нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;

следующих навыков – навыками самодиагностики; техниками развития лидерских качеств и успешного управления личной карьерой; техниками эффективной коммуникации; приемами саморегуляции эмоциональных и функциональных состояний при выполнении профессиональной деятельности;

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

УК ОС-7 способность поддерживать уровень физического здоровья, достаточного для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

1. Общая характеристика компетенции

Компетенция УК ОС-7 является универсальной, она направлена на самоорганизацию, саморазвитие (в т.ч. здоровьесбережение)

Входным уровнем для формирования компетенции УК ОС-7 является сформированность личностного результата освоения программы среднего образования: принятие и реализацию ценностей здорового и безопасного образа жизни, потребности в физическом самосовершенствовании, занятиях спортивно-оздоровительной деятельностью, неприятие вредных привычек: курения, употребления алкоголя, наркотиков, бережное, ответственное и компетентное отношение к физическому и психологическому здоровью, как собственному, так и других людей, умение оказывать первую помощь.

Компетенция УК ОС-7 является базой для последующего освоения общепрофессиональной компетенции ОПК ОС-3 (Способен находить организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости и оценивать их последствия).

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
Б1.О.18	Физическая культура и спорт	1,2
Б1.В.12	Элективные дисциплины по физической культуре и спорту	3,4,5,6
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	8
Б3.02(Д)	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)	8

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции

2.1. Состав (структура) компетенции

Содержание компетенции - **способность поддерживать уровень физического здоровья, достаточного для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности**

К требуемому результату, установленному компетенцией приведут следующие последовательно выстроенные действия. Изучение способов физической активности, необходимой для поддержания уровня физического здоровья. Освоение способов помощи инвалидам и лицам с ограниченными возможностями во включении в полноценную социальную и профессиональную деятельность.

Формирование способности поддержания уровня физического здоровья, в том числе достаточного для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	УК ОС-7.1	Способность к осуществлению физической активности, необходимой для поддержания уровня физического здоровья.
2	УК ОС-7.2	Способность помочь инвалидам и лицам с ограниченными возможностями включиться в полноценную социальную и профессиональную деятельность
3	УК ОС-7.3	Способность поддерживать уровень физического здоровья
4	УК ОС-7.4	Способность поддерживать уровень физического здоровья, достаточного для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
УК ОС-7.1	Осуществляет физическую активность, необходимую для поддержания уровня физического здоровья.	Эффективно осуществляет физическую активность, необходимую для поддержания уровня физического здоровья.	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения тестовых и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств к дисциплинам, модулям и практикам, в рамках которых воссваивается компетенция, для проведения промежуточной аттестации.
УК ОС-7.2	Способен помочь инвалидам и лицам с ограниченными возможностями включиться в полноценную социальную и профессиональную деятельность	Способен результативно помочь инвалидам и лицам с ограниченными возможностями включиться в полноценную социальную и профессиональную деятельность.	
УК ОС-7.3	Поддерживает уровень своего физического здоровья	Правильно поддерживает уровень физического здоровья.	

УК ОС-7.4	На основе самодиагностики физического состояния отбирает и реализует методы поддержания физического здоровья.	Грамотно, на основе правильно проведенной самодиагностики физического состояния отбирает и реализует методы поддержания физического здоровья.	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств государственной итоговой аттестации (экзамена) и защиты ВКР.
-----------	---	---	--

Достижение результата освоения УК ОС-7 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний – факторов риска здоровья офисных работников и способов организации физической активности, необходимой для поддержания физического здоровья.

следующих умений - оказать помощь инвалидам и лицам с ограниченными возможностями включиться в полноценную социальную и профессиональную деятельность;

следующих навыков - поддержания уровня физического здоровья, достаточного для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

УК ОС-8 способность создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций

1. Общая характеристика компетенции

Компетенция УК ОС-8 является универсальной, она направлена на безопасность жизнедеятельности.

Входным уровнем для формирования компетенции УК ОС-8 является сформированность в процессе освоения программы среднего образования, в рамках дисциплины Экономика (базового уровня), следующих результатов: сформированность экологического мышления, навыков здорового, безопасного и экологически целесообразного образа жизни, понимание рисков и угроз современного мира; знание правил и владение навыками повреждения в опасных и чрезвычайных ситуациях природного, социального и техногенного характера; владение умением сохранять эмоциональную устойчивость в опасных и чрезвычайных ситуациях, а также навыками оказания первой помощи пострадавшим, умение действовать индивидуально и в группе в опасных и чрезвычайных ситуациях.

Компетенция УК ОС-8 является базой для последующего освоения профессиональных компетенций общепрофессиональной компетенции ОПК ОС-3 (Способен находить организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости и оценивать их последствия).

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция.

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
Б1.О.17	Безопасность жизнедеятельности	2
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	8
Б3.02(Д)	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)	8

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции

2.1. Состав (структура) компетенции

Содержание компетенции - **способность создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций**

К требуемому результату, установленному компетенцией приведут следующие последовательно выстроенные действия. Изучения факторов безопасности жизнедеятельности и влияния на них чрезвычайных ситуаций. Освоение оценки безопасности

жизнедеятельности. Освоение создания в области профессиональной деятельности безопасных условий. Формирование способности поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций.

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	УК ОС-8.1	Способность распознавать угрозы и опасности для жизнедеятельности и выбрать оптимальный метод решения задачи по обеспечению безопасности жизнедеятельности, исходя из имеющихся реальных возможностей, включая методы оказания неотложной помощи.

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
УК ОС-8.1	Понимает факторы безопасности жизнедеятельности и возможность их разрушения при наступлении чрезвычайных ситуаций.	Правильно понимает факторы безопасности жизнедеятельности и возможность их разрушения при наступлении чрезвычайных ситуаций.	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения тестовых и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств к дисциплинам, модулям и практикам, в рамках которых осваивается компетенция, для проведения промежуточной аттестации. Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств государственной итоговой аттестации (экзамена) и защиты ВКР.

Достижение результата освоения УК ОС-8 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний - о способах выявления и предупреждения угроз, видах чрезвычайных ситуаций, общих правил и алгоритмов действий в нештатных и чрезвычайных ситуациях, о способах обеспечения безопасности жизнедеятельности: законодательства и программных документов, видов угроз

следующих умений - находить и правильно оценивать факторы опасности для личности, общества и государства, своевременно и оперативно реагировать на их возникновение правильно рассчитывать пределы допустимого риска

следующих навыков - поддержания условий безопасности жизнедеятельности

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

УК ОС-9 способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности

1. Общая характеристика компетенции

Компетенция УК ОС-9 является универсальной, она направлена на формирование основ экономических знаний.

Входным уровнем для формирования компетенции УК ОС-9 является сформированность в рамках программы среднего образования, следующих предметных компетенций по дисциплине Экономика (базового уровня): сформированность системы знаний об экономической сфере в жизни общества как пространстве, в котором осуществляется экономическая деятельность индивидов, семей, отдельных предприятий и государства; понимание сущности экономических институтов, их роли в социально-экономическом развитии общества; сформированность экономического мышления: умения принимать рациональные решения в условиях относительной ограниченности доступных ресурсов, оценивать и принимать ответственность за их возможные последствия для себя, своего окружения и общества в целом.

Компетенция УК ОС-9 осваивается параллельно с компетенцией ОПК ОС-1 (Способен решать профессиональные задачи на основе знаний экономической и управленческой теории).

Компетенция УК ОС-9 является базой для последующего освоения общепрофессиональной компетенции ПКс ОС-4 (Способен применять основные методы финансового менеджмента для обеспечения деятельности организации), профессиональной компетенции ПКс-1 (владение умениями и навыками проведения системного и комплексного анализа внешней и внутриорганизационной среды бизнеса с применением информационно-аналитических систем и технологий, инструментов финансово-экономической аналитики).

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
Б1.О.03	Экономическая теория	1,2
Б1.О.03.01	Микроэкономика	1
Б1.О.03.02	Макроэкономика	2
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	8
Б3.02(Д)	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)	8

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции

2.1. Состав (структура) компетенции

Содержание компетенции - **способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности**

К требуемому результату, установленному компетенцией приведут следующие последовательно выстроенные действия. Формирование базовых экономических знаний. Появление способности понимания экономических процессов в сфере бизнеса и в бюджетных организациях. Способность использования знаний о хозяйственных процессах в бухгалтерском учете, составлении отчётности и планировании. Формирование комплексной способности использования основ экономических знаний в различных сферах деятельности.

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	УК ОС-9.1	Способность использовать экономические знания для понимания и оценки процессов в экономической сфере жизни общества на различных уровнях
2	УК ОС-9.2	Способность оценивать различные аспекты социально-экономической политики государства, делать прогнозы относительно дальнейшего функционирования экономической системы

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
УК ОС-9.1	Знание основных экономических терминов и понятий; Знание основных закономерностей функционирования современной экономики; Владение навыками экономических расчетов Умение аргументировать свою точку зрения по экономическим вопросам	Дает грамотные определения основных экономических терминов и понятий; Адекватно формулирует основные закономерности функционирования современной экономики На основе заданной информации осуществляет расчеты экономических показателей. Использует полученные экономические знания для аргументации отстаиваемой точки	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения тестовых и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств к дисциплинам, модулям и практикам, в рамках

		зрения. Правильно решает учебные задачи по микроэкономике с использованием аппарата математического анализа, линейной алгебры и аналитической геометрии	которых осваивается компетенция, для проведения промежуточной аттестации.
УК ОС-9.2	Навыки работы со статистической информацией Знания основных инструментов экономической политики государства Умение оценивать влияние экономической политики на социально-экономическую систему на основе базовых макроэкономических моделей	Умеет рассчитывать и делает обоснованные выводы на основе основных статистических показателей (уровень инфляции, безработицы, динамика ВВП и т.д.) Делает адекватные выводы относительно практического использования инструментов экономической политики. Дает обоснованные оценки экономической политики государства.	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств государственной итоговой аттестации (экзамена) и защиты ВКР.

Достижение результата освоения УК ОС-9 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний - базовых экономических понятий (спрос, предложение, цена, стоимость, товар, деньги, доходы, расходы, прибыль, риск, собственность, управление, рынок, фирма, государство); объективных основ функционирования экономики и поведения экономических агентов (законы спроса и предложения, принципы ценообразования, принцип ограниченной рациональности, принцип альтернативных издержек, принцип изменения ценности денег во времени); рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства; базовых понятий макроэкономики и макроэкономических показателей, основных макроэкономических моделей, подходов и макроэкономических связей, основных видов и инструментов государственной экономической политики, рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики, методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства

следующих умений - умение использовать понятийный аппарат экономической науки для описания экономических процессов; умение использовать экономическую информацию для разработки важных управленческих решений, рассчитывать основные макроэкономические показатели, применять базовые макроэкономические модели для анализа экономической динамики, сравнивать возможные варианты экономической политики и оценивать ее возможные последствия

следующих навыков - навыки анализа финансовой и экономической информации, необходимой для принятия обоснованных решений;
навыки оценки рыночных, общеэкономических рисков и последствий неблагоприятных экономических и политических событий;

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ**УК ОС-10 способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности****1. Общая характеристика компетенции**

Компетенция УК ОС-10 является универсальной, она направлена на формирование основ правовых знаний.

Компетенция УК ОС-10 осваивается параллельно с компетенцией ОПК ОС-3 (Способен находить организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости и оценивать их последствия).

Входным уровнем для формирования компетенции УК ОС-10 является сформированность следующих предметных результатов по дисциплине Право (базового уровня) при освоении основной образовательной программы среднего образования: сформированность представлений о понятии государства, его функциях, механизме и формах; владение знаниями о понятии права, источниках и нормах права, законности, правоотношениях; владение знаниями о правонарушениях и юридической ответственности; сформированность представлений о Конституции Российской Федерации как основном законе государства, владение знаниями об основах правового статуса личности в Российской Федерации; сформированность общих представлений о разных видах судопроизводства, правилах применения права, разрешения конфликтов правовыми способами; сформированность правового мышления; сформированность знаний об основах административного, гражданского, трудового, уголовного права; сформированность умений применять правовые знания для оценивания конкретных норм с точки зрения их соответствия законодательству Российской Федерации

Компетенция УК ОС-10 является базой для последующего освоения профессиональных компетенций учетной деятельности ПКс-5 (Способность участвовать в инновационном развитии систем, технологий и продуктов корпоративных брендов).

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция.

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
Б1.О.13	Основы правового регулирования управленческой деятельности	2
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	8
Б3.02(Д)	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)	8

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции**2.1. Состав (структура) компетенции**

Содержание компетенции - способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности

К требуемому результату, установленному компетенцией приведут следующие последовательно выстроенные действия. Изучение содержания норм права, формирование способности их использования в профессиональной деятельности в целом, в конкретных областях, а различных видах учреждений. Комплексное закрепление способности использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности.

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	УК ОС-10.1	Ознакомление с основами правового регулирования управленческой деятельности.

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
УК ОС-10.1	Понимание основных прав, обязанностей, ограничений и ответственности в основных сферах жизнедеятельности	1) Знание основных разделов права 2) Умение найти необходимые правовые источники для решения спорных вопросов из различных сфер жизнедеятельности	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения тестовых и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств к дисциплинам, модулям и практикам, в рамках которых осваивается компетенция, для проведения промежуточной аттестации. Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств государственной итоговой аттестации (экзамена) и защиты ВКР

Достижение результата освоения УК ОС-10 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний - о взаимосвязи государства и права, их роли в жизни современного общества; о юридической силе различных источников права и механизме их действия; об основных отраслях российского права; о содержании основных прав и свобод человека; об органах, осуществляющих государственную власть и государственное управление в РФ; об основных положениях Конституции РФ; о правах и свободах человека и гражданина в РФ; о механизмах защиты прав и свобод человека в РФ; Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность, Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие сбытовую деятельность организации, Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, Законодательство Российской Федерации, стандарты, этические принципы, регулирующие цены и ценовую политику организаций.

следующих умений - находить и правильно выбирать законоположения, непосредственно относящиеся к тому виду деятельности, который нуждается в правовой оценке и регулировании; применять правовые знания и административные механизмы в ситуациях повседневной профессиональной деятельности, предвидеть последствия принятия правовых и административных решений по вопросам профессиональной деятельности; грамотно отражать свои действия в документах, Осуществлять контроль маркетинговой деятельности организации

следующих навыков - получения и сбора значимой для принятия правового решения информации; поиска и выбора законоположений, непосредственно относящихся к ситуациям, нуждающимся в правовой оценке.

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

УК ОС-11 способен идентифицировать проявления экстремизма и участвовать в принятии профилактических мер, направленных на предупреждение экстремистской, в том числе террористической деятельности

1. Общая характеристика компетенции

Компетенция УК ОС-11 является универсальной, она направлена на формирование основ правовых знаний.

Компетенция УК ОС-11 осваивается параллельно с компетенцией ОПК-1 (Владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности).

Входным уровнем для формирования компетенции УК ОС-11 является сформированность следующих предметных результатов по дисциплине основы национальной безопасности при освоении основной образовательной программы среднего образования: сформированность представлений о понятии государства, его функциях, механизме и формах; владение знаниями о понятии права, источниках и нормах права, законности, правоотношениях; владение знаниями о правонарушениях и юридической ответственности; сформированность представлений о Конституции Российской Федерации как основном законе государства, владение знаниями об основах правового статуса личности в Российской Федерации; сформированность общих представлений о разных видах судопроизводства, правилах применения права, разрешения конфликтов правовыми способами; сформированность правового мышления; сформированность знаний об основах административного, гражданского, трудового, уголовного права; сформированность умений применять правовые знания для оценивания конкретных норм с точки зрения их соответствия законодательству Российской Федерации

Компетенция УК ОС-11 является базой для последующего освоения профессиональных компетенции ПКс-5 (Способность участвовать в инновационном развитии систем, технологий и продуктов корпоративных брендов).

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция.

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
Б1.О.03	Основы национальной безопасности	8
Б3.01	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	8

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции

2.1. Состав (структура) компетенции

Содержание компетенции - **способен идентифицировать проявления экстремизма и участвовать в принятии профилактических мер, направленных на предупреждение экстремистской, в том числе террористической деятельности**

К требуемому результату, установленному компетенцией приведут следующие последовательно выстроенные действия. Изучение содержания норм права, формирование способности их использования в профессиональной деятельности в целом, в конкретных областях, а различных видах учреждений. Комплексное закрепление способности использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности.

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	УК ОС-11.1	знать причины и условия, способствующие осуществлению экстремисткой деятельности в том числе террористической, и предлагает меры, направленные на их профилактику.
2	УК ОС-11.2	уметь использовать правовые знания, направленные на противодействие осуществления экстремисткой деятельности в том числе террористической, и предлагает меры их профилактики
3	УК ОС-11.3	владеть методами и средствами, направленными на противодействие осуществления экстремисткой деятельности в том числе террористической, и предлагать меры их профилактики

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
УК ОС-11.1	знать причины и условия, способствующие осуществлению экстремисткой деятельности в том числе террористической, и предлагает меры, направленные на их профилактику	знать подробно причины и условия, способствующие осуществлению экстремисткой деятельности в том числе террористической, и предлагает меры, направленные на их профилактику	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения тестовых и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств к дисциплинам, модулям и практикам, в рамках которых осваивается компетенция, для проведения промежуточной аттестации.
УК ОС-11.2	уметь использовать правовые знания, направленные на противодействие осуществления экстремисткой деятельности в том числе террористической, и предлагает меры их профилактики	уметь на практике использовать правовые знания, направленные на противодействие осуществления экстремисткой деятельности в том числе террористической, и предлагает меры их профилактики	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности
УК ОС-11.3	владеть методами и средствами,	владеть досконально методами и средствами,	

	направленными на противодействие осуществления экстремисткой деятельности в том числе террористической, и предлагать меры их профилактики	направленными на противодействие осуществления экстремисткой деятельности в том числе террористической, и предлагать меры их профилактики	выполнения и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств государственной итоговой аттестации (экзамена)
--	---	---	---

Достижение результата освоения УК ОС-11 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний - причины и условия, способствующие осуществлению экстремисткой деятельности в том числе террористической, и предлагает меры, направленные на их профилактику

следующих умений - использовать правовые знания, направленные на противодействие осуществления экстремисткой деятельности в том числе террористической, и предлагает меры их профилактики

следующих навыков - владеть методами и средствами, направленными на противодействие осуществления экстремисткой деятельности в том числе террористической, и предлагать меры их профилактики

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

ОПК ОС-1 Способен решать профессиональные задачи на основе знаний экономической и управленческой теории

1. Общая характеристика компетенции

Компетенция ОПК ОС-1 направлена на формирование способности решения общепрофессиональных задач деятельности маркетологов.

Компетенция ОПК ОС-1 опирается на ранее полученные в рамках среднего образования метапредметных результатах освоения основной образовательной программы среднего образования: готовность и способность к самостоятельной информационно-познавательной деятельности, владение навыками получения необходимой информации из словарей разных типов, умение ориентироваться в различных источниках информации, критически оценивать и интерпретировать информацию, получаемую из различных источников; умение использовать средства информационных и коммуникативных технологий в решении когнитивных, коммуникативных и организационных задач с соблюдением требований эргономики, техники безопасности, гигиены, ресурсосбережения, правовых и этических норм, норм информационной безопасности.

Компетенция ОПК ОС-1 осваивается параллельно с универсальной компетенций УК ОС-9 (Способен использовать основы экономических знаний для принятия экономически обоснованных решений в различных сферах деятельности) .

Компетенция ОПК ОС-1 является базой для последующего освоения общепрофессиональной компетенции ОПК ОС-3 (Способен находить организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости и оценивать их последствия).

Характеристика «входного уровня», необходимого для формирования компетенции: готовность и способность к самостоятельно информационно-познавательной деятельности, владение навыками получения обходимой информации из словарей разных типов, умение ориентироваться в различных источниках информации, критически оценивать и интерпретировать информацию, получаемую из разных источников; умении использовать средства информационных и коммуникационных технологий.

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
Б1.О.03	Экономическая теория	1,2
Б1.О.03.01	Микроэкономика	1
Б1.О.03.02	Макроэкономика	2
Б1.О.04	Теория организации	1
Б1.О.05	Общий менеджмент	1

Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	8
Б3.02(Д)	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)	8

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции

2.1. Состав (структура) компетенции

Содержание компетенции - Способен решать профессиональные задачи на основе знаний экономической и управленческой теории

К требуемому результату, установленному компетенцией приведут следующие последовательно выстроенные действия. Изучение основных философских и экономических законов формирует основные целевые ориентиры и формирует библиографическую культуру. Формирование навыков использования инструментов системного мышления деловой этики и информационных технологий вооружает обучаемого инструментария к решению задач профессиональной деятельности на основе информационной культуры с применением информационной-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности. Далее перечисленные знания будут использоваться для формирования способности к заполнению первичных и иных учетных документов и документационному обеспечению управления, составлением, автоматизацией и анализом финансовой отчетности, а также ее аудитом.

Начиная с начала и до завершения формирования компетенции формируются и закрепляются знания в области физической культуры и спорта, необходимые для офисных работников, поскольку решение будущих задач профессиональной деятельности связано с существенным ограничением подвижности.

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	ОПК ОС-1.1	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний экономической и управленческой теории
2	ОПК ОС-1.2	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний экономической и управленческой теории
3	ОПК ОС-1.3	Формирование способности проектировать организационные структуры, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия, проводить диагностику организационной культуры для решения управленческих задач
4	ОПК ОС-1.4	Формирование представления о функционировании организаций, организационных структурах и основных функциях менеджмента

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
ОПК ОС-1.1	Владение навыками экономических расчетов -Умение аргументировать свою точку зрения по экономическим вопросам	Использует полученные экономические знания для аргументации отстаиваемой точки зрения. Правильно решает учебные задачи по микроэкономике с использованием аппарата математического анализа, линейной алгебры и аналитической геометрии	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения тестовых и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств к дисциплинам, модулям и практикам, в рамках которых осваивается компетенция, для проведения промежуточной аттестации.
ОПК ОС-1.2	Умение оценивать влияние экономической политики на социально-экономическую систему на основе базовых макроэкономических моделей	Дает обоснованные оценки экономической политики государства.	
ОПК ОС-1.3	Самостоятельно формулирует выводы на основе решения задач, требующих знаний экономической и управленческой теории	Дает характеристику проблем, возникающих в организации на различных этапах жизненного цикла; - проектирует организационные структуры с учетом сформулированных целей и задач организации, определяет состав и место подразделений, их ресурсное обеспечение; - понимает сущность процесса делегирования, его основные принципы и проблемы; - устанавливает связь делегирования с организационной структурой компании. - составляет план-график мероприятия с учетом распределения обязанностей - приведет аргументы для обоснования типа организационной культуры	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств государственной итоговой аттестации (экзамена) и защиты ВКР.

		<ul style="list-style-type: none"> - реализует диагностику организационной культуры, позволяющую принять управленческие решения по изменению организационной культуры - представляет комплексный и обоснованный план по изменению организационной культуры на основе проведенной диагностики - приводит детальный анализ кейса, определен тип бизнес-процесса, его основные характеристики; - предлагает соответствующие условиям кейса методы и инструменты диагностики бизнес-процесса
ОПК ОС-1.4	<p>Самостоятельно формулирует выводы на основе решения задач, требующих знаний экономической и управленческой теории</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Способен назвать основные виды современных организаций и дать им характеристику - Может перечислить факторы внешней и внутренней среды организации, обозначить основные ресурсы организации - Способен назвать и охарактеризовать основные виды организационных структур управления - Может назвать виды мотивации и стимулирования в организации и привести соответствующие примеры для каждого из них - Способен назвать этапы контроля в организации, описать цикл контроля - Может назвать стили лидерства и объяснить условия применения каждого из них

Достижение результата освоения ОПК ОС-1 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний – рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики, методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства, рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики, методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства, проблем, возникающих в организации на различных этапах жизненного цикла; сущности процесса делегирования, его основных принципов и проблем; связи делегирования с организационной структурой компании; основных типов организационной культуры; методов диагностики организационной культуры; типов бизнес-процессов, их основных характеристик; знает основные функции менеджмента и их содержание, знает основные виды организационных структур, имеет представление о функционировании организации и ее организационно-управленческих процессах

следующих умений - умение использовать экономическую информацию для разработки важных управленческих решений, сравнивать возможные варианты экономической политики и оценивать ее возможные последствия, проектировать организационные структуры с учетом сформулированных целей и задач организации, определять состав и место подразделений, их ресурсное обеспечение; получить результаты диагностики организационной культуры, позволяющие принять управленческие решения по изменению организационной культуры; предложить соответствующие условиям кейса методы и инструменты диагностики бизнес-процессов, определяет вид организационной структуры организации, выделяет факторы внутренней и внешней среды, определяет основные функции менеджмента и их содержание, определяет методы менеджмента и их содержание, проводит анализ внутренней и внешней среды организации по алгоритму

следующих навыков - навыки оценки рыночных, общеэкономических рисков и последствий неблагоприятных экономических и политических событий; составить план-график мероприятий с учетом распределения обязанностей; представить комплексный и обоснованный план по изменению организационной культуры на основе проведенной диагностики, дает характеристику внутренних и внешних процессов в организации, демонстрирует реализацию функций менеджмента в групповой работе

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

ОПК ОС-2 Способен осуществлять сбор и анализ данных, в том числе из открытых источников, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современных инструментов

1. Общая характеристика компетенции

Компетенция ОПК ОС-2 является общепрофессиональной, она направлена на информационное обеспечение деятельности маркетолога.

Компетенция ОПК ОС-2 осваивается параллельно с общепрофессиональной компетенцией ОПК ОС-5 (Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационно-коммуникационные технологии и программные средства), профессиональными компетенциями ПКО ОС-2 (Способен оценивать и учитывать факторы внешней среды бизнеса для повышения конкурентоспособности организации), ПКс-1 (Владение умениями и навыками проведения системного и комплексного анализа внешней и внутриорганизационной среды бизнеса с применением информационно-аналитических систем и технологий, инструментов финансово-экономической аналитики).

Входным уровнем для формирования компетенции ОПК-2 является сформированность компетенции УК ОС-1 (способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции) и УК ОС-4 (способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках).

Компетенция ОПК-2 является базой для последующего освоения профессиональных компетенций ПКс-3 (Владение умениями и навыками организации и проведения маркетинговых исследований с использованием системы метрик маркетинга и брендинга и инструментов комплекса маркетинга); ПКс-4 владение умениями и навыками подготовки и реализации сбалансированных управленческих решений).

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
Б1.О.14	Внешняя среда бизнеса	2
Б1.О.15	Цифровые технологии в менеджменте	1
Б2.О.01(У)	Ознакомительная практика	3
Б2.О.02(П)	Технологическая (проектно-технологическая) практика	8
Б2.О.03(Пд)	Производственная (преддипломная) практика	8

БЗ.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	8
БЗ.02(Д)	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)	8

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции

2.1. Состав (структура) компетенции

Содержание компетенции - Способен осуществлять сбор и анализ данных, в том числе из открытых источников, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современных инструментов.

К требуемому результату, установленному компетенцией приведут следующие последовательно выстроенные действия. Формирование способности собирать информацию во внешней среде предприятия и обрабатывать ее математическими методами. Формирование способности извлекать информацию из учетных систем и документов на русском языке. Формирование способности к сбору профессиональной информации на иностранном языке. Формирование способности проверять и анализировать финансовую информацию для решения профессиональных задач. Комплексное закрепление способности осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач.

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	ОПК ОС-2.1	Формирование навыка поиска и отбора необходимой и достаточной информации, релевантной поставленным задачам
2	ОПК ОС-2.2	Формирование базовых цифровых навыков для информационного и документального обеспечения профессиональной деятельности

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
ОПК ОС-2.1	Находит и отбирает необходимую и достаточную информацию, релевантную поставленным задачам	Находит и анализирует информацию из различных источников, отбирает данные, необходимые для решения поставленных задач, оценивает ее качество и релевантность, систематизирует информацию.	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности

		необходимую и достаточную для проведения анализа внешней среды организации	выполнения тестовых и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств к дисциплинам, модулям и практикам, в рамках которых осваивается компетенция, для проведения промежуточной аттестации. Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств государственной итоговой аттестации (экзамена) и защиты ВКР.
ОПК ОС-2.2	Находит и отбирает необходимую и достаточную информацию, релевантную поставленным задачам	Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"> - навыки работы с основными компьютерными программами и сервисами; - умение создать деловой документ с помощью универсальных программных средств; - умение использовать и создавать шаблоны документов; - умение использовать технологии слияния (рассылки); - навыки совместной работы с электронным документом в режиме рецензирования 	

		<ul style="list-style-type: none"> - текст хорошо структурирован, структура отражена в оглавлении, использован инструмент стилей, средства акцентирования; - таблицы и рисунки пронумерованы, имеют названия; - титульный лист и колонтитулы оформлены в соответствии с требованиями; - соблюдены правила цитирования и оформления сносок; - библиографический список составлен в соответствии с требованиями, правильно оформлены ссылки на электронные источники; - составлен отчет о проверке текста в академической системе «Антиплагиат» 	
--	--	---	--

Достижение результата освоения ОПК ОС-2 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний - сформированы знания мировых и российских информационных ресурсов, современных инструментов анализа информации о внешней среде бизнеса, об информационной, цифровой и библиографической культуре; о правилах взаимодействия с участниками информационных процессов при обмене информацией (документами, файлами, сообщениями); об информационной безопасности на различных уровнях (государственном, корпоративном, личном)

следующих умений - сформированы умения сбора информации о внешней среде бизнеса и ее анализа с учетом поставленных управленческих задач, находить релевантную поставленной задаче информацию, адекватный компьютерный инструмент или метод решения; систематизировать, структурировать, анализировать, представлять информацию в требуемом виде; пользоваться электронно-библиотечными системами и ресурсами, справочными информационными системами, системой «Антиплагиат»

следующих навыков - сформирован навык нахождения и отбора источников информации, релевантной поставленным задачам, с использованием современных инструментов, организации рабочей электронной среды, обеспечивающей надежную и безопасную работу с информацией (сообщениями, файлами, программами); создания сложных текстовых документов в соответствии с предъявляемыми к ним требованиями; использовать эффективные приемы редактирования и форматирования документов, позволяющие снизить объем рутинной работы

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

ОПК ОС-3 - Способен находить организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости и оценивать их последствия

1. Общая характеристика компетенции

Компетенция ОПК ОС-3 является общепрофессиональной, она направлена на способность находить организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости и оценивать их последствия.

. Компетенция ОПК ОС-3 осваивается параллельно с универсальными компетенциями УК ОС-5 (Способен проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества в социально-историческом и философском контекстах, соблюдать нормы этики и использовать дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах), УК ОС-10 (Способен демонстрировать и формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению), общепрофессиональной компетенцией ОПК ОС-1 (Способен решать профессиональные задачи на основе знаний экономической и управленческой теории), ПКс-4 (Владение умениями и навыками подготовки и реализации сбалансированных управленческих решений).

Входным уровнем для формирования компетенции ОПК ОС-3 является сформированность универсальной компетенции УК ОС-1 (способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции).

Компетенция ОПК ОС-3 является базой для последующего освоения профессиональной компетенции ПКс-1 (владение умениями и навыками проведения системного и комплексного анализа внешней и внутриорганизационной среды бизнеса с применением информационно-аналитических систем и технологий, инструментов финансово-экономической аналитики).

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
Б1.О.05	Общий менеджмент	8
Б1.О.09	Социальная адаптация	8
Б1.О.13	Основы правового регулирования управленческой деятельности	1
Б1.О.16	Методы принятия управленческих решений	1
Б2.О.03(Пд)	Производственная (преддипломная) практика	1

Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	6
Б3.02(Д)	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)	6

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции

2.1. Состав (структура) компетенции

Содержание компетенции - Способен находить организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости и оценивать их последствия.

К требуемому результату, установленному компетенцией приведут следующие последовательно выстроенные действия. Изучение различных инструментов системного мышления. Освоение способов решения различных задач профессиональной деятельности на основе инструментальных средств обработки экономических данных. Формирование способности правильно выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей и использовать их для осуществления расчетов и обоснования полученных выводов.

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	ОПК ОС-3.1	Формирование навыка нахождения организационно-управленческих решений и готовности нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений
3	ОПК ОС-3.2	Освоение навыков поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в управленческой деятельности

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
ОПК ОС-3.1	Выбирает методы принятия решений, адекватные поставленным задачам; оценивает последствия принятых решений и их социальную значимость	<ul style="list-style-type: none"> – Может перечислить и в полной мере охарактеризовать основные функции менеджмента – Может объяснить разницу между понятиями принципов и функций менеджмента – Способен провести анализ текущего состояния 	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения тестовых и практических

		компаний с использованием таких инструментов, как SWOT- и STEP-анализ – Имеет представление о принятии организационно-управленческих решений как об одной из функций менеджмента Осознает и может определить последствия принимаемых решений с позиций социальной значимости	заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств к дисциплинам, модулям и практикам, в рамках которых осваивается компетенция, для проведения промежуточной аттестации
ОПК-3.2	<ul style="list-style-type: none">) умение находить необходимую информацию в системе различных отраслей права Российской Федерации;) навыки анализа нормативно-правовой информации в системе права, регулирующего коммерческую деятельность в Российской Федерации;) определение правовых последствий конкретного факта хозяйственной деятельности экономического субъекта. 	<ul style="list-style-type: none"> 1) определяет в системе законодательства РФ нормативно-правовой акт, содержащий информацию, необходимую для решения конкретной задачи, находит в данном документе раздел (пункт, подпункт), включающий ответ на поставленный вопрос; 2) анализирует нормы права, регулирующие предпринимательскую деятельность в РФ, оценивает последствия принятия того или иного управленческого решения; <p>делает выводы о целесообразности осуществления тех или иных операций в профессиональной деятельности.</p>	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств государственной итоговой аттестации (экзамена) и защиты ВКР..

Достижение результата освоения ОПК ОС-3 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний - имеет представление о принятии организационно-управленческих решений как об одной из функций менеджмента осознает ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений, об основных понятиях, категориях, нормах и особенностях правового регулирования коммерческой деятельности, маркетинга и бренд-менеджмента; о системе законодательства, регулирующей предпринимательскую деятельность; об источниках информации о российских законодательных и нормативно-правовых актах в сфере предпринимательства, маркетинга и бренд-менеджмента; об основных приемах и инструментах поиска, анализа и использования нормативно-правовых документов в своей профессиональной деятельности; о содержании важнейших нормативных документов в сфере регулирования бизнеса, маркетинга и бренд-менеджмента, Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации

следующих умений - способен находить организационно-управленческие решения на основании данных о внутреннем состоянии организации и ее внешнем положении на рынке, ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов Российской Федерации; работать с различными информационными источниками, поисковыми и правовыми системами; правильно оценивать роль и значение конкретных нормативно-правовых документов в профессиональной деятельности; анализировать и объективно оценивать нормативно-правовую информацию, планировать и осуществлять свою деятельность с учетом результатов проведенного анализа, создавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок

следующих навыков – способен принимать организационно-управленческие решения и нести за них ответственность (на примере подготовки групповых заданий в мини-группах), использования поисковых и правовых систем, официальных сайтов государственных органов для получения информации, необходимой для принятия взвешенного управленческого решения; анализа нормативно-правовой документации и использования его результатов в своей профессиональной деятельности; оценки различных правовых явлений, юридических фактов, правовых норм и правовых отношений, являющихся объектами профессиональной деятельности

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ**ОПК ОС-4 Способен демонстрировать знания последних прорывных направлений в менеджменте и связанных с ними революционных открытий, технологий и продуктов****1. Общая характеристика компетенции**

Компетенция ОПК ОС-4 направлена на формирование общепрофессиональных возможностей маркетологов. Компетенция ОПК ОС-4 базируется на ранее освоенной компетенции УК ОС-1 (способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции). Компетенция ОПК-4 осваивается параллельно с универсальными компетенциями УК ОС-4 (способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках), УК ОС-6 (Способен выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни).

Компетенция ОПК ОС-4 служит основой для последующего освоения ПКс-3 (владение умениями и навыками организации и проведения маркетинговых исследований с использованием системы метрик маркетинга и брендинга и инструментов комплекса маркетинга).

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
Б1.О.06	Маркетинг	1
Б1.О.08	Самоменеджмент	2
Б1.О.10	Культура речи и деловое общение	2
Б1.О.11	Иностранный язык (английский)	1,2,3,4
Б1.О.12	История управленческой мысли	2
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	8
Б3.02(Д)	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)	8

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции**2.1. Состав (структура) компетенции**

Содержание компетенции - Способен демонстрировать знания последних прорывных направлений в менеджменте и связанных с ними революционных открытий, технологий и продуктов

К требуемому результату, установленному компетенцией приведут следующие последовательно выстроенные действия. Изучение опыта организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности. Формирование способности к оценке управленческих решений с точки зрения общечеловеческих ценностей.

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	ОПК ОС-4.1	Владение навыками стратегического маркетингового анализа и стратегической диагностики факторов внешней и внутренней среды организации для последующей разработки рыночно-ориентированных высоко конкурентных маркетинговых стратегий развития организации и вывода новых продуктов с учетом особенностей российского рынка и зарубежного опыта
2	ОПК ОС-4.2	Способность описать и обосновать целесообразность применения последних прорывных методов менеджмента и связанных с ними революционных открытий и технологий для выстраивания траектории саморазвития и решения профессиональных задач.

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
ОПК ОС-4.1	Владеет навыками стратегического маркетингового анализа и стратегической диагностики факторов внешней и внутренней среды	Студент использует методы и модели стратегической диагностики внутренней среды организации и факторов ее внешнего окружения; выявляет необходимость стратегических изменений в организации с учетом жизненного цикла продуктового портфеля в непрерывно изменяющейся рыночной среде; формирует систему взаимно согласованных по уровням маркетинговой среды и управления организацией стратегических решений в области маркетинговой стратегии её	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения тестовых и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств к дисциплинам, модулям и практикам, в рамках которых осваивается компетенция, для проведения промежуточной аттестации. Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на

		развития; оценивает показатели конкурентоспособности продуктов организации	вопросы и правильности выполнения и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств государственной итоговой аттестации (экзамена) и защиты ВКР.
ОПК ОС-4.2	Демонстрирует знания последних прорывных направлений в менеджменте и связанных с ними революционных открытий, технологий и продуктов	Студент понимает специфику применения последних прорывных методов менеджмента и связанных с ними революционных открытий и технологий для выстраивания траектории саморазвития и решения профессиональных задач, владеет современными технологиями самоменеджмента, включая: тайм-менеджмент, технологии НЛП, управление стрессом, принятие эффективных решений в конфликтных ситуациях.	

Достижение результата освоения ОПК ОС-4 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний - современные концепции и тенденции в области изучения объектов и субъектов стратегического маркетингового анализа, методы и модели стратегической диагностики внутренней среды организации и факторов ее внешнего окружения, разработки рыночно-ориентированных высоко конкурентных маркетинговых стратегий развития организации и вывода новых продуктов с учетом особенностей российского рынка и зарубежного опыта, современные технологии самоменеджмента, включая: тайм-менеджмент, технологии НЛП, управление стрессом, принятие эффективных решений и действия в нестандартных ситуациях; современные технологии самодиагностики, саморазвития; современные технологии и методы управления карьерой

следующих умений - своевременно выявлять необходимость стратегических изменений в организации с учетом жизненного цикла продуктового портфеля в непрерывно изменяющейся рыночной среде, формировать систему взаимно согласованных по уровням маркетинговой среды (макро-, мезо- и микро) и управления организацией (корпоративный, бизнес-единицы и продуктовой линии (марки) стратегических решений в области маркетинговой стратегии её развития; использовать полученные знания для самопознания, саморазвития, личностного самосовершенствования в своей практической деятельности и разнообразных жизненных ситуациях; оценивать риски выбранных решений с точки зрения обеспечения эффективного самоменеджмента; использовать основные и современные методы самоменеджмента в анализе информации в сфере профессиональной деятельности и при построении карьеры;

следующих навыков - - маркетинговыми технологиями анализа организационного потенциала и источников конкурентных преимуществ, отраслевой структуры и конкурентного окружения, ключевых факторов успеха и факторов рыночного окружения, основами разработки и осуществления на данной основе стратегических действий по достижению наивысших показателей конкурентоспособности организации; оценкой показателей конкурентоспособности продуктов организации, навыком принятия эффективных решений, используя знания последних прорывных направлений в менеджменте; оказания консультационной помощи работникам организации по вопросам обеспечения эффективного самоменеджмента; методами распределения времени и расстановки приоритетов при решении сложных управленческих задач.

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

ОПК ОС-5 Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационно-коммуникационные технологии и программные средства

1. Общая характеристика компетенции

Компетенция ОПК ОС-5 направлена на формирование общепрофессиональных возможностей маркетологов. Компетенция ОПК-5 базируется на ранее освоенной компетенции УК ОС-1 (способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции). Компетенция ОПК ОС-5 осваивается параллельно с универсальной компетенцией УК ОС-2 (Способен разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений), общепрофессионально компетенцией ОПК ОС-2 (Способен осуществлять сбор и анализ данных, в том числе из открытых источников, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современных инструментов).

Компетенция ОПК ОС-4 служит основой для последующего освоения ПКс-3 (владение умениями и навыками организации и проведения маркетинговых исследований с использованием системы метрик маркетинга и брендинга и инструментов комплекса маркетинга).

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
Б1.О.07	Цифровое общество, введение в искусственный интеллект и разговорные боты	2
Б1.О.15	Цифровые технологии в менеджменте	1
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	8
Б3.02(Д)	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)	8

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции

2.1. Состав (структура) компетенции

Содержание компетенции - Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационно-коммуникационные технологии и программные средства.

К требуемому результату, установленному компетенцией приведут следующие последовательно выстроенные действия. Изучение опыта организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности. Формирование способности к оценке управленческих решений с точки зрения общечеловеческих ценностей, правовых норм, финансовых и экономических аспектов. Закрепление комплекса качеств, формирующих способность находить правильные организационно- управленческие решения в профессиональной деятельности и нести за них ответственность.

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	ОПК-5.1	Способность использовать при решении профессиональных задач современные информационно-коммуникационные технологии и программные средства
2	ОПК-5.2	Формирование навыков использования инструментария электронных таблиц для информационного и аналитического обеспечения принятия управленческих решений. Освоение технологий проектирования, создания и ведения баз данных.

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
ОПК ОС-5.1	Навыки конвертации бизнес-задач в коммуникационные задачи и индикаторы эффективности; Навыки подготовки корпоративных документов; Знание технологий работы с контентом (определение целей-задач, стратегических фокусов, копирайтинг и пр.)	Низкий «неудовлетворительно/незачет» компетенция не освоена или освоена в недостаточной мере. Студент не знает, либо знает на слабом уровне теоретический материал по дисциплине. Не владеет терминологией и основными понятиями из профессиональной сферы или называет неуверенно, с ошибками. Пороговый (базовый)	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения тестовых и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств к дисциплинам, модулям и практикам, в рамках которых осваивается компетенция, для проведения промежуточной аттестации.

		«удовлетворительно/зачет» - компетенция освоена удовлетворительно, но недостаточно. Студент освоил основную базу теоретических знаний. Владеет терминологией и основными понятиями из профессиональной сферы.	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств государственной итоговой аттестации (экзамена) и защиты ВКР.
ОПК ОС-5.2	При решения управленческих задач выбирает и эффективно использует информационные технологии и программные средства	<ul style="list-style-type: none"> - при решении задач данные организованы верно; - выбран оптимальный способ (инструмент) решения; - для расчетов составлены формулы, содержащие арифметические и логические выражения; - встроенные функции использованы по назначению; - название диаграммы отражает основную идею, тип диаграммы выбран в соответствии с типом сравнения; - отсутствует визуальный и информационный шум; - по диаграмме сформулированы выводы; - при построении списка данные структурированы верно; - при вводе данных проводится проверка на выполнение заданных условий, выбор значений из списка; - использована технология сортировки, я созданы группы, выведены промежуточные итоги; - использована технология фильтрации, созданы новые списки. 	

		<p>удовлетворяющие сложным критериям отбора записей;</p> <ul style="list-style-type: none"> - для анализа данных использован инструмент «Сводные таблицы»; <p>предложено несколько вариантов структуры сводной таблицы;</p> <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировано умение решать задачи на подбор параметра и с использованием таблиц подстановки данных. - сформулированы требования к базе данных со стороны пользователей; - построена формальная модель предметной области (ER-модель); - ER-модель преобразована в реляционную модель данных; - модель данных отвечает требованиям нормальных форм; - логическая модель реализована в среде универсальной СУБД (MS Access); - спроектированы различные типы структурированных запросов, отчетов; - созданы экранные формы; <p>спроектирован пользовательский интерфейс с использованием элементов управления</p>	
--	--	---	--

Достижение результата освоения ОПК ОС-5 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний - принципов функционирования компьютеров, операционных систем, вычислительных сетей, общесистемного и прикладного программного обеспечения, о современных цифровых технологиях и примерах их применения в менеджменте и бизнесе; о роли и месте баз данных в информационной системе организации; об основных понятиях, моделях и технологиях в области баз данных

следующих умений - проектировать структуры данных и структурировать информацию; вести поиск и отбор релевантной информации

в интернете, информационно-библиографических базах, формализовать задачу, организовать данные, подбирать адекватные задаче алгоритмы, инструменты, функции; отображать данные в виде диаграмм, подбирать оптимальный тип диаграммы, исследовать тренды, делать выводы; применять технологии сортировки, группировки, подведения промежуточных итогов, фильтрации для структурированных данных, организованных в виде списков, создавать новые списки; применять инструменты Пакета анализа (подбор параметра, таблицы подстановки, сценарии) для моделирования принятия решения; применять модель «сущность–связь» для построения инфологической модели предметной области; преобразовывать ER-модель в реляционную модель данных; проверять выполнение ограничений нормальных форм (1,2,3) и проводить при необходимости нормализацию отношений

следующих навыков - решения повседневных информационных задач (создания текстов, презентаций, таблиц, баз данных), использования инструментов MS Excel для получения количественных аргументов обоснования управленческих решений; создания базы данных для учебной задачи в среде СУБД MS Access

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

ПКО ОС-1 Способен использовать при осуществлении профессиональной деятельности современные методики маркетинга

1. Общая характеристика компетенции

Компетенция ПКО ОС-1 направлена на способность использовать при осуществлении профессиональной деятельности современные методики маркетинга. Компетенция ПКО ОС-1 осваивается параллельно с общепрофессиональной компетенцией ОПК ОС-4 (Способен демонстрировать знания последних прорывных направлений в менеджменте и связанных с ними революционных открытий, технологий и продуктов).

Компетенция ПКО ОС-1 служит основой для последующего освоения ПКс-4 (владение умениями и навыками подготовки и реализации сбалансированных управленческих решений).

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
Б1.О.06	Маркетинг	8
Б2.О.03(Пд)	Производственная (преддипломная) практика	8

Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	8
Б3.02(Д)	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)	1

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции

2.1. Состав (структура) компетенции

Содержание компетенции - Способен использовать при осуществлении профессиональной деятельности современные методики маркетинга.

К требуемому результату, установленному компетенцией приведут следующие последовательно выстроенные действия. Изучение опыта организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности. Формирование способности к оценке управленческих решений с точки зрения общечеловеческих ценностей, правовых норм, финансовых и экономических аспектов. Изучение особенности работы инвалидов и лиц с ограниченными возможностями для оценки инклюзивной составляющей управленческих решений. Закрепление комплекса качеств, формирующих способность находить правильные организационно- управленческие решения в профессиональной деятельности и нести за них ответственность.

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	ПКо ОС-1.1	Формирование представления о современных методиках маркетинга и о сфере их применения

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
ПКо ОС-1.1	Имеет представление о современных методиках маркетинга и о сфере их применения	Перечисляет и в полной мере дает характеристику современных методик маркетинга Объясняет цели и тестовых и практических заданий, последовательность действий в процессе применения современных методик маркетинга Проводит анализ рынка	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения предлагаемых в фондах оценочных средств к дисциплинам, модулям и практикам, в рамках которых осваивается компетенция, для

		применительно к выявлению факторов конкурентоспособности компании Имеет представление о сфере использования методик маркетинга и об отраслевой специфике этого использования.	проведения промежуточной аттестации. Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств государственной итоговой аттестации (экзамена) и защиты ВКР.
--	--	--	--

Достижение результата освоения ПКо ОС-1 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний - знает основные методы анализа рынка и сферы их применения;

следующих умений - умеет проводить анализ рынка, имеющий значение для формирования конкурентных преимуществ компании;

следующих навыков - предложить методы анализа рынка с целью достижения конкурентоспособности предприятия

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

ПКо ОС-2 Способен оценивать и учитывать факторы внешней среды бизнеса для повышения конкурентоспособности организации

1. Общая характеристика компетенции

Компетенция ПКо ОС-2 направлена на способность оценивать и учитывать факторы внешней среды бизнеса для повышения конкурентоспособности организации. Компетенция ПКо ОС-2 базируется на ранее освоенной компетенции УК ОС-1 (способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции). Компетенция ПКо ОС-2 осваивается параллельно с общепрофессиональной компетенцией ОПК ОС-2 (Способен осуществлять сбор и анализ данных, в том числе из открытых источников, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современных инструментов), профессиональной компетенцией ПКс-1 (Владение умениями и навыками проведения системного и комплексного анализа внешней и внутриорганизационной среды бизнеса с применением информационно-аналитических систем и технологий, инструментов финансово-экономической аналитики).

Компетенция ОПК-4 служит основой для последующего освоения ПКс-6 (способность участвовать в разработке и реализации маркетинговых программ (проектов, систем, технологий) с использованием инструментов комплекса маркетинга).

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
Б1.О.14	Внешняя среда бизнеса	2
Б2.О.03(Пд)	Производственная (преддипломная) практика	8
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	8
Б3.02(Д)	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)	8

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции

2.1. Состав (структура) компетенции

Содержание компетенции - **Способен оценивать и учитывать факторы внешней среды бизнеса для повышения конкурентоспособности организации.**

К требуемому результату, установленному компетенцией приведут следующие последовательно выстроенные действия. Изучение опыта организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности. Формирование способности к оценке управленческих решений с точки зрения общечеловеческих ценностей, правовых норм, финансовых и экономических аспектов. Изучение особенности работы инвалидов и лиц с ограниченными возможностями для оценки инклюзивной составляющей управленческих решений. Закрепление комплекса качеств, формирующих способность находить правильные организационно- управленческие решения в профессиональной деятельности и нести за них ответственность.

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	ПКо ОС-2.1	Формирование навыка выделения факторов внешней среды бизнеса и анализа их влияния на компанию для повышения конкурентоспособности организации.

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
	<i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	<i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РГД.</i>	

ПКо ОС-2.1	Выявляет факторы внешней среды бизнеса, определяющие конкурентоспособность организации	<ul style="list-style-type: none"> - Перечисляет основные виды и группы факторов внешней среды бизнеса, проводит анализ текущего состояния внешней среды компании с использованием инструментов PESTEL-анализа и дает рекомендации для повышения конкурентоспособности организации - Называет ключевые мега-тренды глобальной среды и раскрыть их содержание - Называет основные этапы экономических циклов и дать им характеристику - Определяет, что представляет собой процесс сценарного планирования и называет сферы его применимости - Дает характеристику форсайт-технологий и называет сферу их применения - Приводит примеры «черных лебедей» 	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств государственной итоговой аттестации (экзамена) и защиты ВКР.

Достижение результата освоения ПКо ОС-2 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний - сформированы знания о составе внешней среды организации, ее элементах и их характеристиках; об оценке воздействия факторов внешней среды на организацию; о сложности и возрастающей скорости изменчивости внешней среды; о лучших мировых бизнес-практиках; о существующих мега-трендах и их влиянии на деятельность организации; об экономических циклах и их фазах; о генезисе сценарного планирования и его применимости в организации; о специфике форсайт-технологий и проблеме «черных лебедей»;

следующих умений - сбор и критический анализ информации о внешней среде организации и ее влиянии на деятельность компании; умение формировать вывод о состоянии внешней среды организации; анализировать влияние существующих мега-трендов на деятельность организации; умение определять сферы бизнеса, в которых применимо сценарное планирование

следующих навыков - проведение комплексного PESTEL-анализа внешней среды бизнеса, разработки сценариев развития организации;

владения основами поиска, выявления и внедрения лучших практик; навыками анализа возможностей и угроз, открывающихся перед компаниями; навыками формулирования возможных мер и рекомендации по преодолению возникающих трудностей и использованию вероятных преимуществ

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

ПКо ОС-3 Способен применять в профессиональной деятельности современные методы управления человеческими ресурсами

1. Общая характеристика компетенции

Компетенция ПКо ОС-3 направлена на формирование способности применять в профессиональной деятельности современные методы управления человеческими ресурсами. Компетенция ПКо ОС-3 базируется на ранее освоенной компетенции УК ОС-1 (способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции). Компетенция ПКо ОС-3 осваивается параллельно с профессиональной компетенцией ПКс-4 (владение умениями и навыками подготовки и реализации сбалансированных управленческих решений).

Компетенция ПКo OC-3 служит основой для последующего освоения ПКс-5 (Способность участвовать в инновационном развитии систем, технологий и продуктов корпоративных брендов).

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
Б1.В.10	Управление человеческими ресурсами	5
Б2.О.03(Пд)	Производственная (преддипломная) практика	8
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	8
Б3.02(Д)	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)	8

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции

2.1. Состав (структура) компетенции

Содержание компетенции - Способен применять в профессиональной деятельности современные методы управления человеческими ресурсами

К требуемому результату, установленному компетенцией приведут следующие последовательно выстроенные действия. Изучение опыта организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности. Формирование способности к оценке управленческих решений с точки зрения общечеловеческих ценностей, правовых норм, финансовых и экономических аспектов. Изучение особенности работы инвалидов и лиц с ограниченными возможностями для оценки инклюзивной составляющей управленческих решений. Закрепление комплекса качеств, формирующих способность находить правильные организационно- управленческие решения в профессиональной деятельности и нести за них ответственность.

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	ПКo OC-3.1	Формирование способности применять в профессиональной деятельности современные методы управления человеческими ресурсами

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
ПКо ОС-3.1	Владеет ключевыми методами управления человеческими ресурсами Использует методы планирования, набора, отбора, мотивации, адаптации, обучения, оценки персонала	Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки управления человеческими ресурсами современной организации	<p>Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения тестовых и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств к дисциплинам, модулям и практикам, в рамках которых осваивается компетенция, для проведения промежуточной аттестации.</p> <p>Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств государственной итоговой аттестации (экзамена) и защиты ВКР.</p>

Достижение результата освоения ПКо ОС-3 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний - современные концепции управления персоналом, современные тренды стратегического управления персоналом

следующих умений - участвовать в разработке и реализации программ по управлению человеческими ресурсами организации

следующих навыков - владеть ключевыми методами управления человеческими ресурсами

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

ПКо ОС-4 Способен применять основные методы финансового менеджмента для обеспечения деятельности организации

1. Общая характеристика компетенции

Компетенция ПКo OC-4 направлена на формирование способности применять основные методы финансового менеджмента для обеспечения деятельности организации. Компетенция ПКo OC-4 базируется на ранее освоенной компетенции УК OC-1 (способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции). Компетенция ПКo OC-4 осваивается параллельно с профессиональной компетенцией ПКс-4 (владение умениями и навыками подготовки и реализации сбалансированных управленческих решений).

Компетенция ПКo OC-4 служит основой для последующего освоения ПКс-5 (Способность участвовать в инновационном развитии систем, технологий и продуктов корпоративных брендов).

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
Б1.В.11	Основы финансового менеджмента	6
Б2.О.03(Пд)	Производственная (преддипломная) практика	8
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	8
Б3.02(Д)	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)	5

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции

2.1. Состав (структура) компетенции

Содержание компетенции - Способен применять основные методы финансового менеджмента для обеспечения деятельности организации.

К требуемому результату, установленному компетенцией приведут следующие последовательно выстроенные действия. Изучение опыта организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности. Формирование способности к оценке управленческих решений с точки зрения общечеловеческих ценностей, правовых норм, финансовых и экономических аспектов. Изучение особенности работы инвалидов и лиц с ограниченными возможностями для оценки инклюзивной составляющей управленческих решений. Закрепление комплекса качеств, формирующих способность находить правильные организационно- управленческие решения в профессиональной деятельности и нести за них ответственность.

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	ПКо ОС-4.1	Овладение основными методами финансового менеджмента для управления финансовой структурой предприятия, повышения эффективности его деятельности, обеспечения устойчивого развития

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
ПКо ОС-4.1	Может применять основные методы финансового менеджмента для обеспечения деятельности предприятия	Студент самостоятельно осуществляет выбор методов, адекватных конкретной ситуации, применяет методы оценки финансовой структуры компании, операционных и финансовых рисков, факторов, влияющих на финансовый результата и эффективность деятельности, устойчивое развитие бизнеса	<p>Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения тестовых и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств к дисциплинам, модулям и практикам, в рамках которых осваивается компетенция, для проведения промежуточной аттестации.</p> <p>Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств государственной итоговой аттестации (экзамена) и защиты ВКР.</p>

Достижение результата освоения ПКо ОС-4 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний - основные стратегические задачи в финансовом управлении; методы исследования и моделирования финансовой структуры организации, эффективности инвестирования и результативности деятельности; специфику использования основных методов финансового менеджмента

следующих умений - прогнозировать результаты финансовой деятельности организации, планировать и создавать условия для результативной деятельности организации и ее устойчивого развития; оценивать преимущества и недостатки различных источников финансирования деятельности, рассчитывать стоимость капитала организации

следующих навыков - применять основные методы финансового менеджмента для управления доходностью и рисками организации; проводить оценку операционного и финансового рычага и условий их оптимизации; применять методы финансового менеджмента для формирования дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

ПКо ОС-5 Способен осуществлять оценку конкурентных преимуществ организации при разработке и реализации стратегии организации

1. Общая характеристика компетенции

Компетенция ПКо ОС-5 направлена на формирование способности осуществлять оценку конкурентных преимуществ организации при разработке и реализации стратегии организации. Компетенция ПКо ОС-5 базируется на ранее освоенной компетенции УК ОС-1 (способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции). Компетенция ПКо ОС-5 осваивается параллельно с профессиональной компетенцией ПКс-4 (владение умениями и навыками подготовки и реализации сбалансированных управленческих решений).

Компетенция ПКо ОС-5 служит основой для последующего освоения ПКс-6 (Способность участвовать в разработке и реализации маркетинговых программ (проектов, систем, технологий) с использованием инструментов комплекса маркетинга).

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
Б1.В.06	Стратегический менеджмент	3
Б2.О.03(Пд)	Производственная (преддипломная) практика	8
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	8
Б3.02(Д)	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)	8

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции

2.1. Состав (структура) компетенции

Содержание компетенции - Способен осуществлять оценку конкурентных преимуществ организации при разработке и реализации стратегии организации.

К требуемому результату, установленному компетенцией приведут следующие последовательно выстроенные действия. Изучение опыта организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности. Формирование способности к оценке управленческих решений с точки зрения общечеловеческих ценностей, правовых норм, финансовых и экономических аспектов. Изучение особенности работы инвалидов и лиц с ограниченными возможностями для оценки инклюзивной составляющей управленческих решений. Закрепление комплекса качеств, формирующих способность находить правильные организационно- управленческие решения в профессиональной деятельности и нести за них ответственность.

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	ПКо ОС-5.1	Способность осуществлять оценку конкурентных преимуществ организации при разработке и реализации стратегии организации

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
	<i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	<i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>	

ПКо ОС-5.1	Способен осуществлять оценку конкурентных преимуществ организации при разработке и реализации стратегии организации	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание содержания функциональных стратегий компаний; - умение выделять в них основные составляющие; - умение прослеживать их взаимосвязи; - навыки анализа, диагностики состояния объекта управления; - навыки формирования целей и задач его развития 	<p>Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения тестовых и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств к дисциплинам, модулям и практикам, в рамках которых осваивается компетенция, для проведения промежуточной аттестации.</p> <p>Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств государственной итоговой аттестации (экзамена) и защиты ВКР.</p>
------------	---	--	--

Достижение результата освоения ПКо ОС-5 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний - о содержании функциональных стратегий компаний;

следующих умений - анализировать, диагностировать состояние объекта управления; формировать цели и задачи развития объекта управления;

следующих навыков - выявлять способы достижения поставленных целей и задач и находить адекватные им управленческие решения,

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

ПКс-1 владение умениями и навыками проведения системного и комплексного анализа внешней и внутриорганизационной среды бизнеса с применением информационно-аналитических систем и технологий, инструментов финансово-экономической аналитики

Общая характеристика компетенции

Компетенция ПКс-1 направлена на формирование профессиональных знаний, умений, навыков в рамках проведения системного и комплексного анализа внешней и внутриорганизационной среды бизнеса с применением информационно-аналитических систем и технологий, инструментов финансово-экономической аналитики. Освоение компетенции ПКс-1 осуществляется одновременно с общепрофессиональной компетенцией ОПК ОС-2 (Способен осуществлять сбор и анализ данных, в том числе из открытых источников, необходимых для решения

поставленных управленческих задач, с использованием современных инструментов), профессиональной компетенцией ПКс ОС-2 (Способен оценивать и учитывать факторы внешней среды бизнеса для повышения конкурентоспособности организации).

Компетенция ПКс -1 является базой для последующего освоения профессиональной компетенции ПКс-3 (владение умениями и навыками организации и проведения маркетинговых исследований с использованием системы метрик маркетинга и брендинга и инструментов комплекса маркетинга).

Входной уровень, необходимый для формирования компетенции ПКс-1 является сформированность универсальной компетенции УК ОС-1 (способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции).

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция:

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
Б1.О.14	Внешняя среда бизнеса	2
Б1.В.01	Системный анализ в бизнесе	1
Б1.В.02	Финансово-экономическая аналитика	1
Б2.О.03(Пд)	Производственная (преддипломная) практика	8
Б3.02(Д)	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)	8

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции

2.1. Состав (структура) компетенции

Содержание компетенции - владение умениями и навыками проведения системного и комплексного анализа внешней и внутриорганизационной среды бизнеса с применением информационно-аналитических систем и технологий, инструментов финансово-экономической аналитики.

К требуемому результату, установленному компетенцией приведут следующие последовательно выстроенные действия. Изучение дисциплин история, философия, основы правового регулирования управленческой деятельности, Безопасность жизнедеятельности, позволяющих использовать общечеловеческие ценности в работе над экономическими и социально-экономическими показателями, характеризующими деятельность хозяйствующих субъектов. Изучение дисциплин: микроэкономика, макроэкономика формирует навыки определения источников информации для получения данных, которые могут быть использованы в расчётах экономических и социально-экономических показателей. Последующее изучение бухгалтерского учета и информационных технологий формирует способность

аккумулировать исходные данные для расчетов. Изучение дисциплин модуля «Инструменты бизнес-аналитики» формирует способность оценить достоверность исходных данных и репрезентативность полученных результатов, используя приёмы и методы маркетинговой деятельности. Написание выпускной квалификационной работы формирует у обучаемого способностью собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов.

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	ПКс-1.1	Способность применять методы системного и комплексного анализа внешней и внутриорганизационной среды бизнеса с применением информационно-аналитических систем и технологий, инструментов финансово-экономической аналитики
2	ПКс-1.2	Способность определять и сравнивать показатели, характеризующие среду бизнеса, способность анализировать финансовое состояние организации, формирование финансового результата и эффективность деятельности с использованием инструментов финансово-экономической аналитики, обобщать результаты исследования и представлять их в форме аналитических отчетов
3	ПКс-1.3	Способность применять методы системного анализа внешней и внутренней среды бизнеса с применением информационно-аналитических систем и технологий, инструментов финансово-экономической аналитики.

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
ПКс-1.1	Владение умениями и навыками проведения системного и комплексного анализа внешней и внутриорганизационной среды бизнеса с применением информационно-аналитических систем и технологий, инструментов финансово-экономической аналитики	Способность применять методы системного и комплексного анализа внешней и внутриорганизационной среды бизнеса с применением информационно-аналитических систем и технологий, инструментов финансово-экономической аналитики	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения тестовых и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств к дисциплинам, модулям и практикам, в рамках которых осваивается компетенция, для проведения промежуточной аттестации.

ПКс-1.2	<p>понимание целей и задач оценки развития среды бизнеса</p> <p>знание методов и направлений анализа финансового состояния организации</p> <p>навыки оценки финансового результата, эффективности и деловой активности организации с использованием инструментов финансово-экономической аналитики</p>	<p>Обучающийся:</p> <p>рассчитывает и анализирует показатели, характеризующие финансовое состояние организации, определяет показатели финансового результата и выявляет взаимосвязь между ними</p> <p>рассчитывает показатели эффективности деятельности организации и строит модели, позволяющие выявить влияние факторов на изменение эффективности деятельности организации</p> <p>использует аналитические приемы для изучения финансового состояния организации и результативности ее деятельности</p>	<p>Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств государственной итоговой аттестации (экзамена) и защиты ВКР.</p>
ПКс-1.3	<p>Строит процедуру системного и комплексного анализа, основываясь на знаниях теории систем, восприятии особенностей условий ведения бизнеса.</p>	<p>Студент выстраивает алгоритм проведения системного анализа, учитывая особенности бизнеса ; понимает специфику процесса и владеет современными техниками ведения бизнеса; знает основы моделирования бизнеса и формирования деловой среды.</p>	

Достижение результата освоения ПКс-1 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний – методы разработки организационно-управленческих решений по взаимодействию организации с внешней средой; методы управления бизнес-процессами; основные инструменты и технологии финансово-экономической аналитики, принципы системного и комплексного анализа, факторы внешней и внутриорганизационной среды бизнеса, сущность бизнеса; основные положения теории систем; основные методы системного и комплексного анализа; особенности внешней и внутренней среды организации; влияние социально-экономических и других особенностей среды на эффективность деятельности организации; принципы системного анализа

следующих умений - организовывать процесс принятия управленческого решения в условиях повышенной неопределенности внешней среды.; предвидеть последствия принимаемых решений, идентифицировать наиболее значимые факторы внешней и внутренней среды деятельности организации, систематизировать воздействие факторов на различные аспекты деятельности организации и формирование результатов ее деятельности, использовать аналитические инструменты анализа бизнес среды, ять необходимые условия функционирования бизнес - организации с учетом многообразия факторов, влияющих на деятельность; организовывать и проводить системный и комплексный анализ;; использовать тактические приемы, техники и тактики аргументации результатов проведенного анализа.

следующих навыков - формулировать и анализировать проблемы в управлении процессами взаимодействия с внешней средой; готовить рекомендации для принятия решений, подготавливать и принимать участие в разработке организационно-управленческих решений, проводить анализ внешней среды бизнеса с учетом особенностей деятельности организации с использованием соответствующих технологий и инструментов, проводить анализ внутриорганизационной среды бизнеса с применением информационно-аналитических систем и технологий финансово-экономической аналитики, использовать аналитические инструменты для систематизации и обобщения результатов финансового анализа, представления их в требуемом формате аналитических отчетов, взаимодействие с коллегами по организации и координации совместной деятельности в процессе проведения анализа; составление бизнес – моделей; навыком использования конкретных инструментов проведения анализа и подготовки рекомендаций для принятия решений.

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

ПКс-2 - владение умениями и навыками анализа и прогнозирования конъюнктуры рынков, методами проведения социологических исследований с использованием инструментов количественного и качественного анализа, экономико-математических и статистических расчетов, цифровых технологий обработки данных

1. Общая характеристика компетенции

Компетенция ПКс-2 является профессиональной, она направлена на формирование владения умениями и навыками анализа и прогнозирования конъюнктуры рынков, методами проведения социологических исследований с использованием инструментов количественного и качественного анализа, экономико-математических и статистических расчетов, цифровых технологий обработки данных.

Входным уровнем для формирования компетенции ПКс-2 является сформированность универсальных компетенций УК ОС-1 (способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции) и УК ОС-4 (способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках).

Компетенция ПК-2 является базой для последующего освоения профессиональных компетенций ПКс-3 (владение умениями и навыками организации и проведения маркетинговых исследований с использованием системы метрик маркетинга и брендинга и инструментов комплекса маркетинга) и ПКс-6 (способность участвовать в разработке и реализации маркетинговых программ (проектов, систем, технологий) с использованием инструментов комплекса маркетинга).

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
Б1.В.04	Анализ и прогнозирование рыночной конъюнктуры	2
Б1.В.05	Методы социологических исследований	2
Б2.О.03(Пд)	Производственная (преддипломная) практика	8
Б3.02(Д)	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)	8

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции

2.1. Состав (структура) компетенции

Содержание компетенции - владение умениями и навыками анализа и прогнозирования конъюнктуры рынков, методами проведения социологических исследований с использованием инструментов количественного и качественного анализа, экономико-математических и статистических расчетов, цифровых технологий обработки данных

К требуемому результату, установленному компетенцией приведут следующие последовательно выстроенные действия. Формирование навыков расчета различных показателей эффективности: экономики страны, организации, человека. Закрепление навыков расчета показателей на базе различных. экономических субъектов. Комплексное закрепление способности на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов.

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	ПКс-2.1	Владение умениями и навыками анализа и прогнозирования конъюнктуры рынков, методами проведения социологических исследований с использованием инструментов количественного и качественного анализа, экономико-математических и статистических расчетов, цифровых технологий обработки данных на уровне первичных профессиональных умений и навыков
2	ПКс-2.2	Способность использовать социологические исследования для анализа и прогнозирования конъюнктуры рынков, выбирать адекватные целям инструменты количественного и качественного анализа, экономико-математические и статистические расчеты, цифровые технологии обработки данных и применять их на практике.

Отформатировано: Шрифт: (по умолчанию) Times New Roman, 12 пт, Цвет шрифта: Авто, не выделение цветом

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
ПКс-2.1	Применение методик сбора и анализа сбора и анализа исходных данных, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей,	Обоснованы выбранные методики сбора и анализа исходных данных; Собраны и проанализированы данные внешней и внутренней среды организации.	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения

	характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов	Сделаны и обоснованы выводы результатов проведенного анализа.	тестовых и практических заданий, предлагаемых в фондах
ПКс-2.2	<ul style="list-style-type: none"> сформирована способность использовать социологические исследования для решения управленческих задач, выбирать адекватные целям методики качественных и количественных исследований; знание основных методов социологических исследований умение применять методы социологических исследований на практике; знание основ анализа и интерпретации данных социологических исследований. 	<ul style="list-style-type: none"> знает основные методы социологических исследований, типологию и классификацию понимает принципы выбора адекватных управленческим задачам методов исследований, умеет выбирать адекватный задачам метод и обосновывать свой выбор знает структуру, логику и основные процедуры реализации исследовательских проектов владеет навыком подготовки программы и планирования социологического исследования знает основы обработки, анализа и интерпретации эмпирических социологических данных умеет реализовывать простые виды количественных и качественных исследований, уметь обрабатывать и анализировать эмпирические социологические данные. 	<p>оценочных средств к дисциплинам, модулям и практикам, в рамках которых осваивается компетенция, для проведения промежуточной аттестации.</p> <p>Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств государственной итоговой аттестации (экзамена) и защиты ВКР.</p>

Достижение результата освоения ПКс-2 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний - знать ключевые концепции конъюнктуры; знать особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг; владеть понятийным аппаратом в области конъюнктуры; инструменты анализа конъюнктуры; знать основные методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; основные методы социологических исследований, понимать принципы выбора адекватных управленческим задачам методов исследований; классификацию, сферы применения, специфику и обоснованность выбора эмпирических методов; структуру, логику и основные процедуры реализации исследовательских проектов, подготовки программы социологического исследования; основы обработки, анализа и интерпретации эмпирических социологических данных; инструменты количественного и качественного анализа; экономико-математические и статистические расчеты; современные цифровые технологии обработки данных; [особенности проведения социологических исследований](#)

следующих умений - осуществлять поиск первичной и вторичной маркетинговой информации; обрабатывать полученные данные с помощью методов математической статистики; систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой

информации; уметь разрабатывать программу и план социологического исследования; уметь выбирать методы исследования, адекватные управленческим задачам, уметь реализовывать простые виды количественных и качественных исследований, уметь обрабатывать и анализировать эмпирические социологические данные с использованием инструментов количественного и качественного анализа, уметь применять экономико-математические и статистические расчеты, цифровые технологии для обработки данных при проведении маркетинговых исследований, применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования

следующих навыков - использовать прикладные офисные программы для выполнения статистических расчетов и анализа текущей конъюнктуры рынков товаров и услуг; владеть навыком составления программ социологических исследований; владеть навыком реализации процедур количественных и качественных методик социологического исследования, владеть навыком обработки и анализа эмпирических данных, в том числе с использованием программного обеспечения (Excel), владеть навыком применения экономико-математических и статистических расчетов (расчеты относительных показателей, средних величин, отдельных статистических характеристик, показателей корреляции) (указать каких!!!!) для обработки данных при проведении маркетинговых исследований, владеть навыком применения современных цифровых технологий (указать каких!!!!) (программное обеспечение Excel, SPSS, онлайн-среда) для обработки данных при проведении маркетинговых исследований

Отформатировано: Шрифт: (по умолчанию) Times New Roman, Цвет шрифта: Авто

Отформатировано: Цвет шрифта: Авто, не выделение цветом

Отформатировано: Цвет шрифта: Авто, не выделение цветом

Отформатировано: Цвет шрифта: Авто, не выделение цветом

Отформатировано: Цвет шрифта: Авто, русский, не выделение цветом

Отформатировано: Цвет шрифта: Авто, не выделение цветом

Отформатировано: Цвет шрифта: Авто, русский, не выделение цветом

Отформатировано: Цвет шрифта: Авто, не выделение цветом

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

ПКс-3 владение умениями и навыками организации и проведения маркетинговых исследований с использованием системы метрик маркетинга и брендинга и инструментов комплекса маркетинга

1. Общая характеристика компетенции

Компетенция ПКс-3 является профессиональной, она направлена на владение умениями и навыками организации и проведения маркетинговых исследований с использованием системы метрик маркетинга и брендинга и инструментов комплекса маркетинга.

Входным уровнем для формирования компетенции ПКс-3 является сформированность общепрофессиональной компетенции ОПК ОС-2 (Способен осуществлять сбор и анализ данных, в том числе из открытых источников, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современных инструментов) и УК ОС-9 (способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности).

Компетенция ПКс-3 является базой для последующего освоения профессиональной компетенции учетной деятельности ПКс-7 (владение умениями и навыками проектирования и управления корпоративными брендами).

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
Б2.О.02(П)	Технологическая (проектно-технологическая) практика	8
Б2.О.03(Пд)	Производственная (преддипломная) практика	8
Б3.02(Д)	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)	8
К.М.01	Аналитика маркетинга и брендинга	3
К.М.01.01	Система метрик маркетинга и брендинга	3
К.М.01.02	Организация маркетинговых исследований	3
К.М.01.03	Методы исследования брендов	3
К.М.01.04	Анализ поведения потребителей	3
К.М.01.05	Анализ конкурентной среды	3
К.М.01.06(К)	Курсовая работа по модулю "Аналитика маркетинга и брендинга"	3
К.М.01.ДВ.01.01	WEB-аналитика маркетинга и брендинга	3
К.М.01.ДВ.01.02	Технологии бенчмаркинга	3

К.М.01.ДВ.02.01	Методы оценки брендов	3
К.М.01.ДВ.02.02	Аудит имиджа бренда	3

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции

2.1. Состав (структура) компетенции

Содержание компетенции - **способность выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами**

К требуемому результату, установленному компетенцией приведут следующие последовательно выстроенные действия. Формирования основ стратегического маркетингового анализа и стратегической диагностики факторов внешней и внутренней среды организации для последующей разработки рыночно-ориентированных высоко конкурентных маркетинговых стратегий развития организации и вывода новых продуктов с учетом особенностей российского рынка и зарубежного опыта. Изучение способов представления результатов работы в соответствии с принятыми в организации стандартами. Освоение организации и проведения маркетинговых исследований с использованием системы метрик маркетинга и брендинга и инструментов комплекса маркетинга.

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	ПКс-3.1	владение умениями и навыками организации и проведения маркетинговых исследований с использованием системы метрик маркетинга и брендинга и инструментов комплекса маркетинга
2	ПКс-3.2	Способность к принятию новой информации, к самообучению и развитию профессиональных компетенций, совершенствовать знания и навыки маркетинговой работы, проведения маркетинговых исследований
3	ПКс-3.3	Способность выбора и обоснования методов исследования потребителей, анализа брендов конкурентов и построения их профиля, аудита бренда, исследования капитала бренда и его стоимостной оценки
4	ПКс-3.4	Способность использовать навыками организации и проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга
5	ПКс-3.5	Способность проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов количественного и качественного анализа, экономико-математических и статистических расчетов, цифровых технологий обработки данных
6	ПКс-3.6	Способность принимать участие в проектировании и управлении корпоративными брендами.
7	ПКс-3.7	Способность принимать участие в организации и проведении бенчмаркинга, поиску новых инструментов достижения делового совершенства предприятия

8	ПКс-3.8	Способность выбора и обоснования методов оценки брендов, изучения составляющих бренда как нематериального актива, мониторинга и аудита бренда, исследования капитала бренда и его стоимостной оценки
9	ПКс-3.9	Способность использовать навыками организации и проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
ПКс-3.1	Владение умениями и навыками организации и проведения маркетинговых исследований с использованием системы метрик маркетинга и брендинга и инструментов комплекса маркетинга	Обучающийся демонстрирует: понимание многоуровневой организации системы маркетинговых метрик; знание ключевых маркетинговых метрик; интерпретировать результаты расчетов маркетинговых метрик; проводить анализ ключевых показателей результативности маркетинга на основе декомпозиции метрик; предлагать мероприятия по рационализации маркетинговой деятельности на основе маркетинговых метрик; разрабатывать предложения по построению портфеля маркетинговых метрик для разных категорий маркетинговых активностей	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения тестовых и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств к дисциплинам, модулям и практикам, в рамках которых осваивается компетенция, для проведения промежуточной аттестации. Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств государственной итоговой аттестации (экзамена) и защиты ВКР.
ПКс-3.2	Способен принимать новую информацию, к самообучению и развитию	Обучающийся демонстрирует:	

	<p>профессиональных компетенций, совершенствует знания и навыки маркетинговой работы, проведения маркетинговых исследований</p>	<p>Знание нормативных правовых актов, регулирующих маркетинговую деятельность; принципы системного анализа; принципы маркетинга; основы исследований в менеджменте; рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики; методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек в маркетинге</p> <p>категориально-понятийный аппарат маркетинговых исследований, понимать возможности применения маркетинговых исследований, знание рыночных метрик, показателей и индикаторов; методы проведения маркетинговых исследований, особенности проведения маркетинговых исследований, психологические особенности поведения потребителей и исследования потребительского поведения;</p> <p>анализирует текущую рыночную конъюнктуру; Определяет маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; Использует прикладные офисные программы для выполнения статистических расчетов;</p> <p>Планирует проведение маркетингового исследования; составлять техническое задание на исследование; применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой</p>
--	---	--

		<p>информации для проведения маркетингового исследования; выявляет рыночные проблемы бизнеса и формулировать цели исследования; встраивать маркетинг в деятельность компании; готовить процесс проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к исследованию.</p> <p>проводит маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; обрабатывает и анализирует полученную информацию; составляет отчеты и рекомендации по результатам маркетинговых исследований, проводит презентации итогов исследований.</p>
ПКс-3.3	<p>Может выбрать и обосновать методы исследования потребителей, проанализировать бренды конкурентов, построить профиль конкурента, применить методы аудита бренда, исследовать капитал бренда и выполнить его стоимостную оценку</p>	<p>Студент знает методологические подходы, цели и задачи исследования брендов, процедуры и методы тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов), нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность в области создания и оценки бренда, специфику применения методов исследования и оценки НМА и их отдельных групп, факторы, позитивно и негативно влияющие на рост капитала бренда, элементы, формирующие капитал бренда, может исследовать клиентов брендов, изучать бренды конкурентов и составлять их профиль, проводить тестирование инновационных товаров</p>

		(услуг, брендов), проводить количественные исследования и аудит брендов, проводить оценку стоимости брендов организации, использовать количественные и качественные методы исследования брендов, их воспринимаемого качества, имиджа, ценности, владеет методами оценки брендов, в том числе их стоимости, инструментами аудита бренда, качественными методами исследования имиджа бренда; использует методы дисконтирования будущих денежных потоков, генерируемых брендом, ключевые индикаторы эффективности брендинга	
ПКс-3.4	Способность использовать навыками организации и проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга.	Студент обладает глубокими и прочными знаниями программного материала; при ответе продемонстрировал исчерпывающее, последовательное и логически стройное изложение; правильно сформулировал понятия и закономерности по вопросу; Использовал примеры из дополнительной литературы и практики; сделал вывод по излагаемому материалу; знает авторов – исследователей (ученых) по данной проблеме;	
ПКс-3.5	Способность проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов количественного и качественного анализа, экономико-	Обучающийся демонстрирует: - знание ключевых концепций анализа конкуренции; - особенности концепции 5 сил конкуренции М.Портера; владеть	

	математических и статистических расчетов, цифровых технологий обработки данных	<p>понятийным аппаратом в области конкуренции;</p> <ul style="list-style-type: none"> -инструменты анализа конкуренции; -основные понятия Закона о защите конкуренции РФ -осуществляет поиск первичной и вторичной маркетинговой информации о конкурентах; -обрабатывает полученные данные с помощью методов описательной статистики; -систематизирует и обобщает большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации о конкурентах; -использует прикладные офисные программы для выполнения статистических расчетов и анализа конкурентов
ПКс-3.6	Составляет портрет целевой аудитории, участвует в проектировании платформ корпоративных брендов	Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектирования и управления корпоративными брендами
ПКс-3.7	Применяет основы выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, изучения и прогнозирования спрос потребителей, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка	Демонстрирует знания, основ выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, изучения и прогнозирования спрос потребителей, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка
ПКс-3.8	Может исследовать бренды как нематериальные активы, изучать бренды конкурентов проводить их сравнительную	С учетом специфики конкретной ситуации корректно использует нормативно-правовую базу признания и оценки

	оценку; проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов); проводить количественные исследования и аудит брендов; проводить оценку стоимости брендов организации; использовать количественные и качественные методы оценки брендов	нематериальных активов, может выделить активы бренда; может выбрать концепцию капитала бренда и метод его оценки; грамотно использует ключевые показатели и аналитический инструментарий; может выполнить сравнительный анализ применяемых методов и оценить их преимущества и недостатки; может оценить состав и структуру источников финансирования и формирование денежных потоков, их результативность и эффективность; выполнить сравнительный анализ различных стратегий управления капиталом бренда; формулировать обоснованные выводы по результатам выполненной оценки
ПКс-3.9	Способность использовать навыки организации и проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга.	Студент обладает глубокими и прочными знаниями программного материала; при ответе продемонстрировал исчерпывающее, последовательное и логически стройное изложение; правильно сформулировал понятия и закономерности по вопросу.

Достижение результата освоения ПКс-3 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний - знать ключевые концепции измерений продуктивности маркетинга; знать особенности маркетинговых метрик для различных разделов программы маркетинга; владеть понятийным аппаратом в области маркетинговых метрик; маркетинговые решения на основе интерпретации маркетинговых метрик; знать основные методы визуализации данных и информации, Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность; принципы системного анализа; принципы маркетинга; основы исследований в менеджменте; рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики; методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек в маркетинге, знать категориально-понятийный аппарат маркетинговых исследований, понимать возможности применения маркетинговых исследований, знание рыночных метрик, показателей и индикаторов; методы проведения

маркетинговых исследований, особенности проведения маркетинговых исследований, психологические особенности поведения потребителей и исследования потребительского поведения; методологические подходы, цели и задачи исследования брендов, процедуры и методы тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов), нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность в области создания и оценки бренда, специфика применения методов исследования и оценки НМА и их отдельных групп, факторы, позитивно и негативно влияющие на рост капитала бренда, элементы, формирующие капитал бренда, психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях; современные концепции, подходы и методы управления поведением потребителей на рынке товаров, услуг, идей; психологические модели покупательского поведения и факторы, влияющие на него; знать ключевые концепции анализа конкуренции; знать особенности концепции 5 сил конкуренции М.Портера; владеть понятийным аппаратом в области конкуренции; инструменты анализа конкуренции; знать основные понятия Закона о защите конкуренции РФ, системы метрик маркетинга и брендинга, инструменты комплекса маркетинга, основы выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, изучения и прогнозирования спрос потребителей, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка, Методологические подходы, цели и задачи оценки брендов, процедуры и методы тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов), нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность в области создания и оценки бренда, специфика применения методов оценки НМА и их отдельных групп, факторы, позитивно и негативно влияющие на рост капитала бренда, элементы, формирующие капитал бренда, преимущества и особенности различных методов стоимостной оценки брендов, способы влияния различных маркетинговых стимулов на восприятие брендов и поведение потребителей в отношении брендов, психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях; современные концепции, подходы и методы управления поведением потребителей на рынке товаров, услуг, идей; психологические модели покупательского поведения и факторы, влияющие на него, современные концепции позиционирования бренд-имиджа; факторы, влияющие на восприятие бренда потребителями

следующих умений - осуществлять поиск первичной и вторичной маркетинговой информации; рассчитывать маркетинговые метрики; интерпретировать результаты расчетов в контексте конкретного маркетингового решения, анализировать текущую рыночную конъюнктуру; Определять маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; Использовать прикладные офисные программы для выполнения статистических расчетов; планировать проведение маркетингового исследования; составлять техническое задание на исследование; применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; исследовать клиентов брендов, изучать бренды конкурентов и составлять их профиль, проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов), проводить количественные исследования и аудит брендов, проводить оценку стоимости брендов организации, использовать количественные и качественные методы исследования брендов, их воспринимаемого качества, имиджа, ценности, моделировать покупательское поведение, подводя потребителя к принятию решения о покупке, создавать отчеты по результатам маркетингового исследования потребителей с использованием инструментов комплекса маркетинга, выявлять потребности покупателей (клиентов) для обеспечения наиболее полного их удовлетворения; осуществлять поиск первичной и вторичной маркетинговой информации о конкурентах; обрабатывать полученные данные с помощью методов описательной статистики; систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации о конкурентах, организовывать и проводить маркетинговые исследования, определять и адаптировать инструменты WEB-аналитики маркетинга и брендинга, выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, их

формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, исследовать бренды как нематериальные активы, изучать бренды конкурентов проводить их сравнительную оценку, проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов), проводить количественные исследования и аудит брендов, проводить оценку стоимости брендов организации, использовать количественные и качественные методы оценки брендов, моделировать покупательское поведение, подводя потребителя к принятию решения о покупке, создавать отчеты по результатам маркетингового исследования потребителей с использованием инструментов комплекса маркетинга, выявлять потребности покупателей (клиентов) для обеспечения наиболее полного их удовлетворения; проводить анализ комплекса факторов, влияющих на восприятие бренда потребителями через получение информации, выявлять причины возникновения неудовлетворенных потребностей конкретным брендом, а также возможных путей её преодоления.

следующих навыков - использовать прикладные офисные программы для визуализации данных и информации, проектировать шаблоны таблиц, дашбордов для простейших маркетинговых задач, выявлять рыночные проблемы бизнеса и формулировать цели исследования; встраивать маркетинг в деятельность компании; готовить процесс проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к исследованию, проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; обрабатывать и анализировать полученную информацию; составлять отчеты и рекомендации по результатам маркетинговых исследований, проводить презентации итогов исследований, владеть методами оценки брендов, в том числе их стоимости; владеть инструментами аудита бренда, качественными методами исследования имиджа бренда, использовать методы дисконтирования будущих денежных потоков, генерируемых брендом, использовать ключевые индикаторы эффективности брендинга, владеет навыком создавать отчеты по результатам маркетингового исследования потребителей с использованием инструментов комплекса маркетинга; владеет современными психологическими технологиями формирования потребительского поведения, составления портрета потребителя на основе психографических критериев, использовать прикладные офисные программы для выполнения статистических расчетов и анализа конкурентов, владеть ключевыми навыками организации маркетинговых исследований, владеть основными инструментами проведения маркетинговых исследований, навыками выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, владеть методами оценки брендов, в том числе их стоимости; владеть инструментами аудита и мониторинга бренда, использовать методы дисконтирования будущих денежных потоков, генерируемых брендом, владеет навыком создавать отчеты по результатам маркетингового исследования потребителей с использованием инструментов комплекса маркетинга; владеет современными психологическими технологиями формирования потребительского поведения, составления портрета потребителя на основе психографических критериев, методами исследования восприятия брендов потребителями и интерпретации полученных результатов.

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

ПКс-4 владение умениями и навыками подготовки и реализации сбалансированных управленческих решений

1. Общая характеристика компетенции

Компетенция ПКс-4 является профессиональной, она направлена владение умениями и навыками подготовки и реализации сбалансированных управленческих решений.

Компетенция ПК-4 осваивается параллельно с универсальной компетенцией УК ОС-2 (способность разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений), общепрофессиональной компетенцией ОПК ОС-3 (Способен находить организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости и оценивать их последствия), профессиональными компетенциями ПКО ОС-3 (Способен применять в профессиональной деятельности современные методы управления человеческими ресурсами), ПКО ОС-4 (Способен применять основные методы финансового менеджмента для обеспечения деятельности организации), ПКО ОС-5 (Способен осуществлять оценку конкурентных преимуществ организации при разработке и реализации стратегии организации).

Входным уровнем для формирования компетенции ПКс-4 является сформированность общепрофессиональной компетенции ОПК ОС-2 (Способен осуществлять сбор и анализ данных, в том числе из открытых источников, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современных инструментов).

Компетенция ПК-4 является базой для последующего освоения профессиональной компетенцией ПКс-5 (способность участвовать в разработке и внедрении инновационных платформ (систем, технологий, продуктов) корпоративного развития).

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция.

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
Б1.О.16	Методы принятия управленческих решений	4
Б1.В.06	Стратегический менеджмент	3
Б1.В.07	Операционный менеджмент	3
Б1.В.08	Управление проектами	4
Б1.В.09	Технологии бизнес-планирования	5
Б1.В.10	Управление человеческими ресурсами	5
Б1.В.11	Основы финансового менеджмента	6
Б2.О.03(Пд)	Производственная (преддипломная) практика	8

Б3.02(Д)	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)	8
----------	--	---

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции

2.1. Состав (структура) компетенции

Содержание компетенции - **владение умениями и навыками подготовки и реализации сбалансированных управленческих решений**

К требуемому результату, установленному компетенцией приведут следующие последовательно выстроенные действия. Освоение знаний и навыков анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений. Освоения базовых понятий и процедур в области управления проектами. Владение умениями и навыками подготовки и реализации сбалансированных управленческих решений; Способность работы с информационной базой управленческих решений. Овладение основными методами финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала компании в условиях национального рынка

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	ПКс-4.1	Освоение знаний и навыков анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений
2	ПКс-4.2	Способность использовать современные методы и инструменты для подготовки и реализации сбалансированных управленческих решений
3	ПКс-4.3	Освоение базовых понятий и процедур в области управления проектами
4	ПКс-4.4	Способность разрабатывать организационно-управленческие решения в зависимости от задачи профессиональной деятельности и готовность нести ответственность за их последствия с позиции социальной значимости
5	ПКс-4.5	Способность разрабатывать организационно-управленческие решения в зависимости от задачи профессиональной деятельности и готовность нести ответственность за их последствия с позиции социальной значимости
6	ПКс-4.6	Владение умениями и навыками подготовки и реализации сбалансированных управленческих решений; Способность работы с информационной базой управленческих решений
7	ПКс-4.7	Овладение основными методами финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала компании в условиях национального рынка

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
ПКс-4.1	Способность разработать сбалансированные управленческие решения на основе анализа функциональных стратегий	Обучающийся демонстрирует: - знание содержания функциональных стратегий компаний; - умение выделять в них основные составляющие; - умение прослеживать их взаимосвязи; - навыки анализа, диагностики состояния объекта управления; - навыки формирования целей и задач его развития, - навыки выявления способов достижения поставленных целей и задач и нахождения адекватных им управленческих решений, - навыки моделирования вариантов сценариев, оценки результатов и последствий реализаций разных вариантов, - навыки выбора предпочтительного варианта и обоснования выбора; - навыки принятия управленческого решения с учетом различных аспектов развития объекта управления;	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения тестовых и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств к дисциплинам, модулям и практикам, в рамках которых осваивается компетенция, для проведения промежуточной аттестации. Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств государственной итоговой аттестации (экзамена) и защиты ВКР.

		<ul style="list-style-type: none"> - навыки доведения принятого решения до исполнения; - навыки управления реализацией решения. 	
ПКс-4.2	Может разрабатывать и внедрять сбалансированные управленческие решения в сфере операционного менеджмента.	Студент понимает сущность операционного менеджмента и его взаимосвязь с общим и стратегическим менеджментом предприятий, владеет навыками внедрения инновационных технологий в процесс оперативного управления применением инновационных технологий управления для обеспечения эффективного развития	
ПКс-4.3	<ul style="list-style-type: none"> - Способность разработать план реализации проекта - Способность подобрать команду проекта <p>Способность оценить эффективность проекта</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Сформулирована цель проекта - Дефрагментированы работы над проектом - Определена последовательность работ - Разработан сетевой график проекта - Определены работы критического пути проекта - Определены профессиональные и характерологические требования к кандидату в команду проекта - Используются основные инструменты подбора персонала - Используются методы оценки кандидата в команду проекта - Способен разработать систему мотивации команды проекта - Определены показатели, участвующие в расчете эффективности проекта - Использованы адекватные инструменты для расчета эффективности проекта - Определены факторы, влияющие на эффективность проекта - Рассчитано влияние факторов на 	

		эффективность проекта (чувствительность проекта)
ПКс-4.4	<ul style="list-style-type: none"> Знание основных типов организационно-управленческих решений и методов их принятия способность выбирать организационно-управленческое решение адекватное конкретной проблеме способность разрабатывать организационно-управленческое решение для конкретной нестандартной ситуации 	<ul style="list-style-type: none"> знает основные разновидности организационно-управленческих решений и методов их принятия знает взаимосвязь проблемы и решения с элементами механизма менеджмента проведен анализ практической проблемы из сферы бизнеса/менеджмента методы диагностики соответствуют целям диагностики дана сравнительная оценка альтернативных решений с точки зрения их эффективности и социальной значимости приведено аргументированное обоснование выбранного варианта решения.
ПКс-4.5	владение умениями и навыками подготовки и реализации сбалансированных управленческих решений	Освоение знаний о сущности управленческого решения, условиях и методах разработки управленческого решения в операционной (производственной) деятельности
ПКс-4.6	Ориентируется в бизнес-процессах организации. Понимает принципы формирования и роль информационных инструментов, владеет терминологией, методикой расчетов, понимает критерии принятия решений	Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки для работы с информационной базой управленческих решений
ПКс-4.7	Может применять методы сбора, средства хранения и обработки информации для проведения оценки возможностей инвестирования, выбора источников	Студент самостоятельно планирует и организует сбор первичной и вторичной информации, планирует и прогнозирует источники финансирования деятельности

	финансирования, осуществлять выбор показателей и моделей оценки и прогноза, определяют подходящие инструменты управления финансами, использовать методики расчета финансовых показателей	организации, оценивает степень влияния выбора финансовой стратегии на результативность деятельности предприятия, применяет методы финансового менеджмента для оценки активов, управления капиталом, формирования дивидендной политики и структуры капитала применяет методы финансового менеджмента
--	--	---

Достижение результата освоения ПКс-4 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний – о содержании функциональных стратегий компаний; о связи стратегий различных уровней объекта управления, методы и инструменты подготовки и реализации управленческих решений; взаимосвязь операционного менеджмента с общим и стратегическим менеджментом; инновационные технологии управления оперативной деятельностью в организации, понимание эмоционального и мотивационного фона, сопутствующего конструктивным взаимодействиям во внутренней и внешней среде организации, знание основных стандартов построения систем взаимодействия в организации, знать сущность и разновидности организационно-управленческих решений, знать сущность и разновидности организационно-управленческих решений, современные концепции бизнес-планирования, технологии бизнес-планирования, информационный и аналитический инструментарий для принятия управленческих решений в части бизнес-планирования, принципы и функции финансового менеджмента, основные стратегические задачи в финансовом управлении, методы анализа и оценки финансовых ресурсов организации, источников финансирования деятельности, эффективности инвестирования и результативности деятельности, особенности проведения исследований в финансового менеджмента

следующих умений - анализировать, диагностировать состояние объекта управления; формировать цели и задачи развития объекта управления, выявлять способы достижения поставленных целей и задач и находить адекватные им управленческие решения, моделировать варианты сценариев, оценивать результаты и последствия реализации разных вариантов стратегий, принимать управленческие решения с учетом различных аспектов развития объекта управления, выявить перспективы внедрения инновационных технологий в процесс управления операционной деятельностью; применять инновационные технологии управления операционной деятельностью, подбирать соответствующие мотивационные механизмы для конструктивного взаимодействия во внутренние и внешней среде организации, использовать разные методы принятия решений в зависимости от складывающейся ситуации; использовать разные методы принятия решений в зависимости от складывающейся ситуации; участвовать в разработке бизнес-планов, определять и использовать инструменты управления в процессе планирования и реализации бизнес-планов, разрабатывать модели оценки влияния финансирования на результаты деятельности предприятий,

прогнозировать результаты, планировать и создавать условия для результативной финансовой деятельности организации, систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной информации в процессе финансового менеджмента

следующих навыков - разработка рабочего плана счетов бухгалтерского учета организации., навыком внедрения инновационных технологий в процесс операционной деятельности; навыком обеспечения сбалансированности для обеспечения устойчивого развития организации, креативное конструирование коммуникационных акций на этапе конструктивного взаимодействия во внутренней и внешней среде организации, владеть навыками применения различных методов принятия управленческих решений в управленческой деятельности, владеть навыками применения различных методов принятия управленческих решений в управленческой деятельности, владеть базовыми методами бизнес-планирования организации, владеть основными инструментами бизнес-планирования, Применять методы финансового менеджмента; основы расчета и анализа показателей, характеризующих финансовую деятельность организации и ее результаты, проводить оценку активов, анализ различных инструментов финансирования деятельности организации, применять методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, формирования дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ**ПКс-5 способность участвовать в разработке и внедрении инновационных платформ (систем, технологий, продуктов) корпоративного развития****1. Общая характеристика компетенции**

Компетенция ПКс-5 является профессиональной, она направлена на формирование способности участвовать в разработке и внедрении инновационных платформ (систем, технологий, продуктов) корпоративного развития.

Компетенция ПКс-5 осваивается параллельно с универсальными компетенциями УК ОС-3 (Способен вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе).

Входным уровнем для формирования компетенции ПКс-5 является сформированность компетенций УК ОС-1 (способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции), УК ОС-2 (способность разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений) и ОПК ОС-4 (Способен демонстрировать знания последних прорывных направлений в менеджменте и связанных с ними революционных открытий, технологий и продуктов).

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция.

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
Б2.О.03(Пд)	Производственная (преддипломная) практика	8
Б3.02(Д)	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)	8
К.М.06	Инновационное развитие корпоративных брендов	8
К.М.06.01	Организационное поведение	8
К.М.06.02	Корпоративная культура и деловые коммуникации брендов	8
К.М.06.03	Интеллектуальный капитал брендов	8
К.М.06.04	Психология управления брендами	8
К.М.06.05	Командообразование и лидерство	8
К.М.06.06	Инновационные платформы брендов	8
К.М.06.07	Управление изменениями	8
К.М.06.08(К)	Курсовой проект по модулю "Инновационное развитие корпоративных брендов"	8

К.М.06.09(П)	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности по модулю "Инновационное развитие корпоративных брендов"	8
--------------	--	---

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции

2.1. Состав (структура) компетенции

Содержание компетенции - способность участвовать в разработке и внедрении инновационных платформ (систем, технологий, продуктов) корпоративного развития.

К требуемому результату, установленному компетенцией приведут следующие последовательно выстроенные действия. Формирование базовых знаний использования ключевых параметров и показателей маркетинговой деятельности организации для принятия стратегических решений о расширении продуктового портфеля, освоении новых рынков, создании продуктов и т.д.. Приобретение навыков формирования способности использовать основные теории мотивации, лидерства, власти и командообразования для разработки и внедрении инновационных платформ (систем, технологий, продуктов) корпоративного развития. Приобретение умения проводить анализ организационных решений и взаимосвязи между функциональными стратегиями бизнес-компаний с целью принятия сбалансированных управленческих решений и готовностью нести за них ответственность

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	ПКс-5.1	Формирование способности использовать основные теории мотивации, лидерства, власти и командообразования для разработки и внедрении инновационных платформ (систем, технологий, продуктов) корпоративного развития.
2	ПКс-5.2	Способность использовать системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации
3	ПКс – 5.3	Способностью разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию
4	ПКс-5.4	Способность использовать инновационные методы бизнес- психологии для формирования траектории личностного и корпоративного развития
5	ПКс-5.5	Способность использовать инновационные методы бизнес- психологии для формирования корпоративной культуры и развития компании, посредством работы с человеческими ресурсами и оптимизации системы управления.

6	ПКс-5.6	Способность проводить анализ организационных решений и взаимосвязи между функциональными стратегиями бизнес-компаний с целью принятия сбалансированных управленческих решений и готовностью нести за них ответственность
---	---------	--

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
ПКс-5.1	Может использовать инновационные методы бизнес-психологии для формирования траектории личностного и корпоративного развития.	Студент понимает взаимосвязь самоменеджмента, инновационной активности и корпоративного развития предприятий, владеет навыками внедрения инновационных технологий в процесс саморазвития и освоения компетенция, для проведения применения инновационных технологий управления командой для обеспечения корпоративного развития организации. Способен создавать отчеты по результатам маркетингового исследования для разработки инновационных технологий корпоративного развития	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения тестовых и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств к дисциплинам, модулям и практикам, в рамках которых осваивается компетенция, для проведения промежуточной аттестации. Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств государственной итоговой аттестации (экзамена) и защиты ВКР.
ПКс-5.2	Использует системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации	Умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для	

		расширения внешних связей и обмена опытом при реализации
ПКс – 5.3	Способностью разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	Умение разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию
ПКс-5.4	Может разрабатывать и внедрять инновационные технологии корпоративного развития.	Студент понимает взаимосвязь инновационных методов бизнес-психологии и корпоративного развития предприятий, владеет навыками внедрения инновационных технологий в процесс управления организацией и применения инновационных технологий управления командой для обеспечения корпоративного развития организации
ПКс-5.5	Может разрабатывать и внедрять инновационные технологии корпоративного развития.	Студент знает основные методы сбора, обработки и интерпретации комплексной социальной информации для анализа корпоративной среды организации; методы диагностики лояльности сотрудника компании, современные технологии исследования корпоративной среды организации; методы бизнес-психологии для формирования корпоративной культуры и развития компании; инновационные способы управления человеческими ресурсами организации; способен проводить диагностику корпоративной культуры

		в организации и формировать корпоративную культуру в случае необходимости, анализировать и разрабатывать стратегии формирования корпоративной культуры в организации, направленной на обеспечение ее конкурентоспособности;
ПКс-5.6	Руководить работой по системному развитию и оптимизации операционной и организационной структур маркетинговой службы организации	Студент использует инструменты управления подразделениями и группами сотрудников, осознает потенциальные направления сопротивления изменениям, умеет оценивать потенциал конкретных подразделений и сотрудников по реализации конкретных маркетинговых программ, понимает основные инструменты контроля за исполнением программ и планов маркетинга.

Достижение результата освоения ПКс-5 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний - инновационные методы бизнес- психологии для формирования стратегии личностного и профессионального развития; взаимосвязь самоменеджмента, инновационной активности и корпоративного развития предприятий; инновационные технологии управления командой и решения конфликтных ситуаций в организации, ключевые параметры и показатели эффективности и результативности маркетинговой деятельности организации, основные рыночные показатели, влияющие на разработку и реализацию маркетинговой стратегии продвижения новых продуктов организации, знать сущность мотивационных теорий МакКлеланда и Маслоу, знать основные источники власти в организации, знать основные лидерские качества, процесс сбора информации для стратегического анализа, расширения внешних связей и обмена опытом при формировании стратегии инновационного развития; инновационные методы бизнес- психологии для формирования стратегии личностного и профессионального развития; инновационные технологии управления командой и решения конфликтных ситуаций в организации; методы бизнес- психологии для формирования корпоративной культуры и развития компании; методы

диагностики корпоративной культуры организации; инновационные способы управления человеческими ресурсами организации; особенности риск-менеджмента, инструменты бренд-менеджмента, методы управления проектами

следующих умений - выявить перспективы внедрения инновационных технологий в процесс развития личности, применять инновационные технологии управления командой, оценивать и рассчитывать параметры и показатели эффективности и результативности маркетинговой деятельности, давать оценку основным рыночным показателям с точки зрения маркетинговой деятельности компании, использовать мотивационную теорию МакКлеланда для управления поведением людей в организации, использовать различные комбинации лидерских качеств в разных ситуациях управления поведением последователей, использовать положительные качества негативных типов работников для формирования команды, применять накопленный опыт деловых партнеров при реализации инновационных проектов; организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами для продвижения инноваций на рынке; выявить перспективы внедрения инновационных технологий в процесс развития личности, применять инновационные технологии управления командой; улучшать бизнес-процессы в организации, связанные с разработкой и реализацией стратегий управления персоналом; проводить диагностику корпоративной культуры в организации; формировать корпоративную культуру; разрабатывать маркетинговую стратегию организации; прогнозировать результаты, планировать и создавать условия для результативной маркетинговой деятельности организации, выстраивать систему взаимодействия маркетинговой службы с другими подразделениями организации, реализовывать альтернативные маркетинговые стратегии в организации;

следующих навыков навыком внедрения инновационных технологий в процесс саморазвития; навыком применения инновационных технологий управления командой для обеспечения корпоративного развития организации, навыками использования параметров и показателей эффективности маркетинговой деятельности и рынка в целом для формирования комплексных стратегий развития бизнеса организаций, владеть навыками диагностики ведущих потребностей у работников организации, владеть навыками управления работником через его мотивационную структуру, владеть навыками командообразования под конкретную задачу, навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии инновационного развития организации, направленной на обеспечение ее конкурентоспособности; навыком внедрения инновационных технологий в управленческий процесс; навыком применения инновационных технологий управления командой для обеспечения корпоративного развития организации; готовить рекомендации для принятия решений в рамках реализации инновационных программ в области управления человеческими ресурсами и оптимизации системы управления организацией; использовать инновационные методы бизнес-психологии для формирования корпоративной культуры в организации; анализа и разработки стратегии формирования корпоративной культуры в организации, направленной на обеспечение ее конкурентоспособности; организация работы маркетинговой службы в рамках стратегии развития организации, текущих бизнес-процессов и проектной деятельности организации, создание и развитие стратегической системы для выполнения маркетинговых функций в организации, создание и развитие операционной системы для выполнения маркетинговых функций в организации

руководство работой по системному развитию и оптимизации операционной и организационной структур маркетинговой службы организации

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

ПКс-6 способность участвовать в разработке и реализации маркетинговых программ (проектов, систем, технологий) с использованием инструментов комплекса маркетинга

1. Общая характеристика компетенции

Компетенция ПКс-6 является профессиональной, она направлена на способность участвовать в разработке и реализации маркетинговых программ (проектов, систем, технологий) с использованием инструментов комплекса маркетинга.

Компетенция ПКс-6 осваивается параллельно с другой профессиональной компетенцией ПКс-7 (Владение умениями и навыками проектирования и управления корпоративными брендами)

Входным уровнем для формирования компетенции ПКс-6 является сформированность универсальных компетенций УК ОС-1 (способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции) и УК ОС-9 (способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности) и ПКс-1 (владение умениями и навыками проведения системного и комплексного анализа внешней и внутриорганизационной среды бизнеса с применением информационно-аналитических систем и технологий, инструментов финансово-экономической аналитики), ПКс-2 (владение умениями и навыками анализа и прогнозирования конъюнктуры рынков, методами проведения социологических исследований с использованием инструментов количественного и качественного анализа, экономико-математических и статистических расчетов, цифровых технологий обработки данных)

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
Б2.О.03(Пд)	Производственная (преддипломная) практика	8
Б3.02(Д)	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)	8
К.М.02	Системы и технологии маркетинг-менеджмента	4
К.М.02.01	Стратегический и операционный маркетинг	4
К.М.02.02	Технологии product-менеджмента	4
К.М.02.03	Маркетинг-менеджмент сервиса	4
К.М.02.04	Системы и методы ценообразования	4
К.М.02.05	Системы маркетинговых коммуникаций	4
К.М.02.06	Системы дистрибуции и продаж	4
К.М.02.07(К)	Курсовой проект по модулю "Системы и технологии маркетинг-менеджмента"	4

К.М.02.08(П)	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (модуль "Системы и технологии маркетинг-менеджмента")	4
К.М.02.ДВ.01.01	Технологии DIGITAL-маркетинга	4
К.М.02.ДВ.01.02	Системы и технологии SMM	4
К.М.02.ДВ.02.01	Технологии интеллектуального сервиса	4
К.М.02.ДВ.02.02	Системы маркетинга взаимодействия и партнерства	4
К.М.03	Бренд-билдинг	4
К.М.03.03	Бренд-эक्каунт менеджмент	4

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции

2.1. Состав (структура) компетенции

Содержание компетенции - способность участвовать в разработке и реализации маркетинговых программ (проектов, систем, технологий) с использованием инструментов комплекса маркетинга.

К требуемому результату, установленному компетенцией приведут следующие последовательно выстроенные действия. Способность разрабатывать маркетинговые программы с учетом возможностей современных каналов коммуникации и инструментов маркетинга, используя и анализируя различные источники информации и определяя достоверность предоставляемых данных. Способность участвовать в разработке и реализации маркетинговых программ (проектов, систем, технологий) с использованием инструментов комплекса маркетинга. Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации. Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	ПКс-6.1	Способен участвовать в разработке и реализации маркетинговых программ (проектов, систем, технологий) с использованием инструментов комплекса маркетинга
2	ПКс-6.2	Способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений компании
3	ПКс-6.3	Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации
4	ПКс-6.4	Способность участвовать в разработке и реализации маркетинговых программ (проектов, систем, технологий) с использованием инструментов ценообразования комплекса маркетинга

5	ПКс-6.5	Способность разрабатывать и реализовывать программу маркетинговых бренд-коммуникаций.
6	ПКс-6.6	Способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений
7	ПКс-6.7	Способность принимать участие в проектировании и управлении корпоративными брендами.
8	ПКс-6.8	Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации
9	ПКс-6.9	Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
ПКс-6.1	способен участвовать в разработке и реализации маркетинговых программ (проектов, систем, технологий) с использованием инструментов комплекса маркетинга	Обучающийся демонстрирует: знания базовых концепций стратегического маркетинга, макро- и микроокружения; инструменты стратегического анализа; ключевые понятия стратегического маркетинга; принципы разработки маркетинговых стратегий; типовые стратегии маркетинга-микс: продуктовая, ценовая, продвижения и дистрибуции; проводить стратегический анализ информации с использованием инструментария, интерпретировать результаты анализа, участвовать в разработке и реализации маркетинговых стратегий готовить аналитические материалы в рамках проведения стратегического анализа; разрабатывать стратегические альтернативы в	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения тестовых и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств к дисциплинам, модулям и практикам, в рамках которых осваивается компетенция, для проведения промежуточной аттестации. Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств

		процессе подготовки предложений по маркетинговой стратегии.	государственной итоговой аттестации (экзамена) и защиты ВКР.
ПКс-6.2	Может разрабатывать и внедрять технологические и продуктовые инноваций.	Студент знает и умеет сравнивать основные подходы к разработке продуктов, способен выбрать подход с учетом особенностей продукта. Знает последовательность этапов разработки нового и улучшения текущего продукта. Знает основные прикладные задачи аналитики в product-менеджменте.	
ПКс-6.3	Самостоятельно разрабатывает подход к внедрению маркетинговых коммуникаций в организации с использованием маркетингового комплекса и инструментов	Студент понимает специфику процессов маркетинга услуг, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей коммуникационной стратегии компании, знает основные инструменты маркетинговых коммуникаций и принципы эффективной коммуникации, а также стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие	

		информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации
ПКс-6.4	Знает теоретические и правовые основы ценообразования, методы ценообразования, структуру цены и правила ее расчета. Рассчитывает цену на основе научно обоснованных и применяемых на практике методов. Демонстрирует способность к разработке, внедрению и совершенствованию политики ценообразования организации, как инструмента комплекса маркетинга	Уверенно освещает теоретические и правовые основы ценообразования, методы ценообразования, структуру цены и правила ее расчета. Правильно рассчитывает цену на основе научно обоснованных и применяемых на практике методов. Уверенно демонстрирует способность к разработке, внедрению и совершенствованию политики ценообразования организации, как инструмента комплекса маркетинга
ПКс-6.5	Способность к разработке и реализации программ интегрированных маркетинговых коммуникаций	Студент использует интегрированный подход к разработке программ бренд-коммуникаций. Оценивает факторы, оказывающие влияние на разработку программ комплекса ИМК,
ПКс-6.6	Участствует в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений компании	ПК-6.10
ПКс-6.7	Составляет портрет целевой аудитории, участвует в проектировании платформ корпоративных брендов	Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектирования и управления корпоративными брендами
ПКс-6.8	Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации	Студент понимает специфику технологий интеллектуального сервиса, основные принципы маркетингового управления интеллектуальным продуктом, понятия правовой охраны патентного права и интеллектуальной собственности, средства индивидуализации и разработки

		маркетинговых программ и коммуникаций в сфере интеллектуальных услуг
ПКс-6.9	Составляет портрет целевой аудитории, участвует в проектировании платформ корпоративных брендов	Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектирования и управления корпоративными брендами

Достижение результата освоения ПКс-6 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний – ключевые составляющие маркетинговых программ, маркетинговые стратегии и концепции, способы и методы сбора и получения информации, современные каналы и инструменты коммуникации с целевой аудиторией, знать базовые понятия маркетинга, знать современные ориентиры развития маркетинга, основные этапы разработки маркетинговой стратегии, знать основные составляющие маркетингового плана и порядок его разработки, понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов); классификации продуктов и их значение в маркетинговой деятельности фирмы; показатели оценки конкурентоспособности продукта, пути ее повышения; финансово-экономические аспекты управления продуктом; сущность процесса позиционирования и основные стратегии позиционирования, теорию жизненного цикла товаров; последовательность этапов разработки нового и улучшения текущего продукта- стратегии управления товарным ассортиментом и номенклатурой; методы стимулирования творческой активности, генерирование идей и гипотез; процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов), инструменты маркетинговых коммуникаций, стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации, состав процесса стратегического и оперативного планирования, организация рекламного дела, Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации, теоретические и правовые основы ценообразования, методы ценообразования, структуру цены и правила ее расчета, этапы создания комплекса интегрированных маркетинговых бренд-коммуникаций в соответствии с бизнес-стратегией и общей концепцией бренда, понимание глобальных и локальных потребительских трендов для развития бренда, основы построения дистрибуции, методы прогнозирования и планирования продаж, процедуры управления запасами готовой продукции, закупками и поставками, процедуры управления сбытом и стимулирования продаж, приемы расчета численности и мотивации торгового персонала, основы управления проектами построениями системы дистрибуции; современные концепции DIGITAL-маркетинга инструменты комплекса маркетинга, основные приемы работы с социальными сетями, инструменты комплекса маркетинга, ключевые показатели эффективности работы с социальными сетями, понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов), инструменты бренд-менеджмента, методы изучения внутреннего и

внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития, процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов), методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов, методы использования прикладных офисных программ для сбора и обработки маркетинговой информации, нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность, эволюция концепций маркетинга взаимодействия, современные тренды, технологии и инструменты маркетинговых коммуникаций в процессе взаимодействия с потребителями, инструменты комплекса управления клиентским опытом, методы проектирования и развития систем маркетинга взаимодействия и партнерства, характеристики качества и производительности процессов взаимодействия с потребителями

следующих умений - оценивать и изучать ключевые составляющие маркетинговой среды организации, оценивать предварительную и итоговую эффективность маркетинговых каналов и инструментов, собирать и анализировать существенную информацию, влияющую на деятельность организации, уметь проводить сегментирование рынка и позиционирование продукта/компании, владеть основными методами проведения маркетинговых исследований, уметь разрабатывать ценовые, продуктовые стратегии, а также стратегии продвижения и сбыта в зависимости от выбранной стратегии позиционирования, определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации; разрабатывать мультиатрибутивную модель продукта; оценивать факторы, влияющие на качество и стоимость продукта, его конкурентоспособность; разрабатывать маркетинговые стратегии позиционирования продукта; рассчитывать эффективность разработки нового продукта; разрабатывать стратегии товарного ассортимента, товарной номенклатуры и товарных марок, управлять продажами товаров и услуг, Проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании, формировать имидж и деловую репутацию организации, продвигать товары (услуги) организации на рынок, улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики, выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий, проводить анализ результативности коммуникационной, использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики, рассчитывать цену на основе научных методов, проводить интегрированные коммуникационные кампании, использовать способы и методы оценки их результативности., владеть основами стратегического и тактического медиапланирования, анализировать действующие системы дистрибуции продукции, анализировать действующие системы организации продаж, оценивать эффективность работы торгового персонала, анализировать характеристики сбытовых систем, разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы, определять и адаптировать инструменты DIGITAL-маркетинга, проводить мониторинг и анализ активностей в социальных сетях по заданным условиям и анализировать результаты, умеет обоснованно реагировать на критику бренда или компании в социальных сетях, рассматривая различные варианты развития ситуации, определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации, проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов), создавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок, проводить оценку стоимости брендов организации, улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами, использовать инструменты проектного управления успешными брендами, использовать технологии проектирования систем управления потребительским опытом, выстраивать системы управления Customer Journey, прогнозировать результаты, оценивать качество и производительность процессов обслуживания потребителей

следующих навыков - навыками системного и критического мышления при изучении материалов, касающихся деятельности организации, навыками сегментирования целевых аудиторий и определения этапов жизненного цикла товара, технологиями оценки конкурентных преимуществ, использовать инструменты стратегического анализа, прикладные офисные программы для визуализации результатов проведенных исследований, владеет инструментами проектного подхода к выведению продуктов на рынок, навыком разработки

и реализации комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг), Разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации, разработка и проведение коммуникационных кампаний в организации, формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации, разработка технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации, формирование имиджа и деловой репутации организации, организация и проведение мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации, разработка и проведение рекламных акций по стимулированию продаж, работа с инструментами прямого маркетинга, подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений, разрабатывать, внедрять и совершенствовать политику ценообразования организации как инструмент комплекса маркетинга, обладать навыками разработки коммуникационной стратегии брендов в классических медиа и Digital среде, владеть основами сегментирования целевой аудитории и определения целевого сегмента кампании, владеть методиками расчета экономической и коммуникативной эффективности моделей ИМК, навыками формирования и обоснования направлений развития систем дистрибуции и организации продаж в организации, навыками обоснования проектов построения сбытовых систем, владеть ключевыми навыками разработки маркетинговых программ, владеть основными инструментами реализации маркетинговых программ, навыками проведения аналитических исследований по различным темам в социальных сетях, составления схемы распространения информации, грамотного интерпретирования результатов аналитических исследований, разработка мер по внедрению инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) в организации и управление ими, разработка и реализация комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг), тестирование инновационных товаров (услуг) при их внедрении на российский и международный рынки, реализация и совершенствование ассортиментной политики организации, проведение коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов), разработка технических заданий на создание фирменного стиля организации, ее бренда, реализация программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации, подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов), владеть ключевыми навыками применения инструментов маркетинговых коммуникаций при планировании и организации взаимодействия с потребителями, владеть основными инструментами анализа Customer Journey и оценки эффективности взаимодействия с потребителями

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

ПКс-7 владение умениями и навыками проектирования и управления корпоративными брендами

1. Общая характеристика компетенции

Компетенция ПКс-7 является профессиональной направлена на владение умениями и навыками проектирования и управления корпоративными брендами.

Компетенция ПКс-7 осваивается параллельно с другой профессиональной компетенцией ПКс-6 (Способность участвовать в разработке и реализации маркетинговых программ (проектов, систем, технологий) с использованием инструментов комплекса маркетинга).

Входным уровнем для формирования компетенции ПКс-7 является сформированность универсальных компетенций УК ОС-1 (способность применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции) и УК ОС-9 (способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности) и ПКс-1 (владение умениями и навыками проведения системного и комплексного анализа внешней и внутриорганизационной среды бизнеса с применением информационно-аналитических систем и технологий, инструментов финансово-экономической аналитики), ПКс-2 (владение умениями и навыками анализа и прогнозирования конъюнктуры рынков, методами проведения социологических исследований с использованием инструментов количественного и качественного анализа, экономико-математических и статистических расчетов, цифровых технологий обработки данных)

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
Б1.В.03	Бренд-менеджмент	2
Б2.О.03(Пд)	Производственная (преддипломная) практика	8
Б3.02(Д)	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)	8
К.М.03	Бренд-билдинг	5
К.М.03.01	Платформы бренд-билдинга	5
К.М.03.02	Репутационный менеджмент	5
К.М.03.04	Управление впечатлениями бренда	5
К.М.03.05	Управление активами бренда	5
К.М.03.06	Управление лояльностью бренду	5
К.М.03.07(К)	Курсовой проект по модулю "Бренд-билдинг"	5

К.М.03.08(П)	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (модуль "Бренд-билдинг")	5
К.М.03.ДВ.01.01	Проектирование WEB-брендов	5
К.М.03.ДВ.01.02	Бренд-билдинг стартапов	5
К.М.03.ДВ.02.01	Проектирование бренд-систем CRM	5
К.М.03.ДВ.02.02	Проектирование бренд-систем CX	5

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции

2.1. Состав (структура) компетенции

Содержание компетенции - владение умениями и навыками проектирования и управления корпоративными брендами.

К требуемому результату, установленному компетенцией приведут следующие последовательно выстроенные действия. Способность принимать участие в проектировании и управлении корпоративными брендами. Применение методов проектного управления брендами (бренд-билдинг) с применением технологий проектирования взаимоотношений бренда и ко-брендинга. Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации. Способность участвовать в разработке и реализации мер по развитию и укреплению культуры брендов организации с применением технологий управления лояльностью корпоративным брендам

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	ПКс-7.1	Способность применения методов проектного управления брендами (бренд-билдинг) с применением технологий проектирования взаимоотношений бренда и ко-брендинга
2	ПКс-7.2	Способностью участвовать в разработке и реализации мер по развитию и укреплению культуры брендов организации с применением технологий управления деловой репутацией.
3	ПКс-7.3	Способность принимать участие в проектировании и управлении корпоративными брендами
4	ПКс-7.4	способность принимать участие в проектировании и управлении впечатлениями корпоративных брендов
5	ПКс-7.5	Способностью участвовать в разработке и реализации мер по развитию и укреплению культуры брендов организации с применением технологий управления лояльностью корпоративным брендам.
6	ПКс-7.6	способность принимать участие в проектировании и управлении WEB-брендами
7	ПКс-7.7	Способность принимать участие в проектировании и управлении корпоративными брендами.
8	ПКс-7.8	Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации
9	ПКс-7.9	Способность принимать участие в разработке и управлении корпоративными брендами

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
ПКс-7.1	Участует в проектировании управления брендами, применяет технологии проектирования взаимоотношений и ко-брендинга	Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектного управления брендами (бренд-билдинг) с применением технологий проектирования взаимоотношений бренда и ко-брендинга	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения тестовых и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств к дисциплинам, модулям и практикам, в рамках которых осваивается компетенция, для проведения промежуточной аттестации. Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств государственной итоговой аттестации (экзамена) и защиты ВКР.
ПКс-7.2	Участует в разработке и реализации мер по развитию и укреплению культуры брендов организации с применением технологий управления впечатлениями, деловой репутацией и лояльностью корпоративным брендам	Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки в разработке и реализации мер по развитию и укреплению культуры брендов организации с применением технологий управления впечатлениями, деловой репутацией и лояльностью корпоративным брендам	
ПКс-7.3	Участует в проектировании платформ интеллектуально-сервисного взаимодействия, осуществляет коммуникацию на B2B рынке	Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектирования АВМ программ	
ПКс-7.4	Участует в проектировании системы управления впечатлениями бренда	Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектирования и управления впечатлениями бренда	

ПКс-7.5	Участствует в разработке и реализации мер по развитию и укреплению культуры брендов организации с применением технологий управления лояльностью корпоративным брендам	Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки в разработке и реализации мер по развитию и укреплению культуры брендов организации с применением технологий управления лояльностью корпоративным брендам
ПКс-7.6	Участствует в проектировании и управлении WEB-брендами	Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектирования и управления WEB-брендами
ПКс-7.7	Составляет портрет целевой аудитории, участвует в проектировании платформы корпоративных брендов	Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектирования и управления корпоративными брендами
ПКс-7.8	Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации	Студент понимает специфику разработки CRM и коммуникационной стратегий, основные принципы управления данными, механики набора базы. Умеет различать разные виды аналитики, понимает методику построения отчётности и работы с лояльностью
ПКс-7.9	Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации	Студент понимает специфику разработки CX и коммуникационной стратегий, основные принципы управления данными, механики набора базы. Умеет различать разные виды аналитики, понимает методику построения отчётности и работы с лояльностью

Достижение результата освоения ПКс-7 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний – современные концепции управления брендами, платформы бренд-менеджмента, модели проектирования архитектуры корпоративных брендов, технологии, инструменты и каналы продвижения брендов, современные концепции взаимодействия на рынках интеллектуального сервиса, модели проектирования ABM программ, технологии, инструменты реализации ABM программ, цели и задачи проектирования брендов организации, инструменты и технологии проектирования качества, имиджа и инновационности бренда, Методы

управления впечатлениями и лояльностью корпоративным брендам, современные концепции управления впечатлениями, модели проектирования системы управления впечатлениями бренда, технологии, инструменты управления впечатлениями брендов, понятийный аппарат в области потребительской лояльности; эволюция концепций и современные тенденции в области работы с потребительской лояльностью; основной инструментарий стратегического анализа и планирования в области реализации программ по развитию потребительской лояльности; нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность в области работы с персональными данными в рамках реализации программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации; понятийный аппарат в области DIGITAL-брендинга; технологии разработки концепции позиционирования брендов в цифровой среде; современные тенденции в развитии инструментов DIGITAL-брендинга; нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность в области DIGITAL-брендинга; современные концепции управления брендами, платформы бренд-менеджмента, модели проектирования архитектуры корпоративных брендов, технологии, инструменты и каналы продвижения брендов, Инструменты маркетинговых коммуникаций, стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации, состав процесса стратегического и оперативного планирования, организация рекламного дела, законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации, современные концепции маркетинга впечатлений. основные понятия управления CX, основы построения системы развития отношений с клиентами и CX трансформации компании, специфика внедрения систем управления Customer Experience в B2B и B2C среде, методы сегментирования и работа с сегментами, методика CJM – создание карты клиентского путешествия, ключевые блоки интегральной CX стратегии: система, процессы, аналитика, коммуникации и корпоративная культура

следующих умений - участвовать в разработке и реализации мер по совершенствованию управления брендами организации, определять и адаптировать инструменты управления в продвижении корпоративных брендов, участвовать в разработке и реализации ABM программ, определять и адаптировать инструменты управления взаимоотношениями на B2B рынках, применять инструменты и технологии проектирования брендов и реализовывать проекты бренд-билдинга, разрабатывать и реализовывать проекты взаимоотношений бренда и ко-брендинговых связей, Применять технологии управления впечатлениями, деловой репутацией и лояльностью корпоративным брендам, участвовать в разработке и реализации мер по совершенствованию управления впечатлениями, определять и адаптировать инструменты управления впечатлениями брендов, анализировать процессы формирования потребительской лояльности; определять возможности построения взаимоотношений с потребителями с учетом специфики конкретного рынка; осуществлять сегментацию потребителей на основе ценности клиента для организации; разрабатывать ключевые элементы программ лояльности потребителей; прогнозировать изменения культуры поведения потребителей в результате внедрения программ лояльности; определять целевые показатели и управлять эффективностью проектов по повышению потребительской лояльности; формировать комплекс ключевых элементов DIGITAL-брендинга; реализовывать комплекс мероприятий DIGITAL-брендинга по привлечению новых потребителей товаров (услуг), проводить коммуникационные (рекламные) DIGITAL кампании; применять методы управления проектами и ресурсами в области DIGITAL-брендинга; участвовать в разработке и реализации мер по совершенствованию управления брендами организации, определять и адаптировать инструменты управления в продвижении корпоративных брендов, проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании, формировать имидж и деловую репутацию организации, продвигать товары (услуги) организации на рынок, улучшать бизнес-процессы организации в области

коммуникационной политики, выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий, проводить анализ результативности коммуникационной, использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики, участвовать в проектировании и внедрении мер по совершенствованию бренд-систем СХ, определять и адаптировать инструменты управления бренд-системами СХ, принимать участие в создании кросс-функциональных команд и формировании системы поддержки СХ изменений в компании

следующих навыков - владеть ключевыми методами управления брендами организации, владеть основными инструментами продвижения корпоративных брендов, владеть ключевыми методами взаимодействия в АВМ, методами реализации проектов бренд-билдинга, методами проектного управления брендами (бренд-билдинг), Инструментами и технологиями управления впечатлениями, деловой репутацией и лояльностью корпоративным брендам, владеть ключевыми методами управления впечатлениями, владеть основными инструментами управления впечатлениями, рассчитывать финансовые модели для программ потребительской лояльности, определять основные показатели, через которые стратегические цели программы лояльности будут транслироваться в тактические инструменты и планы, формировать сметы и тайминги проектов в области DIGITAL-брендинга; разрабатывать технические задания на создание DIGITAL-брендов и элементов DIGITAL-брендинга; применять методы использования прикладных офисных программ для сбора и обработки маркетинговой информации в области DIGITAL-брендинга, владеть ключевыми методами управления брендами организации, владеть основными инструментами продвижения корпоративных брендов, Разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации, разработка и проведение коммуникационных кампаний в организации, формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации, разработка технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации, формирование имиджа и деловой репутации организации, организация и проведение мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации, разработка и проведение рекламных акций по стимулированию продаж, работа с инструментами прямого маркетинга, подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений, владеть ключевыми методами исследований при проектировании бренд-систем СХ, владеть методикой построения карты клиентского пути владеть основными инструментами анализа и оценки эффективности внедрения клиентоориентированных решений в маркетинговой деятельности компании на основе клиентских данных.

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

ПКс-8 владение креативными умениями и навыками создания конкурентоспособных корпоративных брендов

1. Общая характеристика компетенции

Компетенция ПКс-7 является профессиональной направлена на владение креативными умениями и навыками создания конкурентоспособных корпоративных брендов.

Входным уровнем для формирования компетенции ПКс-8 является освоение профессиональных компетенций: ПКс-1 (владение умениями и навыками проведения системного и комплексного анализа внешней и внутриорганизационной среды бизнеса с применением информационно-аналитических систем и технологий, инструментов финансово-экономической аналитики), ПКс-2 (владение умениями и навыками анализа и прогнозирования конъюнктуры рынков, методами проведения социологических исследований с использованием инструментов количественного и качественного анализа, экономико-математических и статистических расчетов, цифровых технологий обработки данных), ПКс-3 (владение умениями и навыками организации и проведения маркетинговых исследований с использованием системы метрик маркетинга и брендинга и инструментов комплекса маркетинга), ПКс-4 (владение умениями и навыками подготовки и реализации сбалансированных управленческих решений), ПКс-6 (способность участвовать в разработке и реализации маркетинговых программ (проектов, систем, технологий) с использованием инструментов комплекса маркетинга), ПКс-7 (владение умениями и навыками проектирования и управления корпоративными брендами).

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
Б2.О.03(Пд)	Производственная (преддипломная) практика	8
Б3.02(Д)	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)	8
К.М.04	Креативный брендинг	6
К.М.04.01	Имиджевые платформы корпоративных брендов	6
К.М.04.02	Продюсирование креативных разработок, медиапродуктов и медиапроектов	6
К.М.04.03	Креативное позиционирование бренда	6
К.М.04.04	Технологии индивидуализации бренда	6
К.М.04.05	Инструменты бренд-айдентики	6
К.М.04.06	Копирайтинг и спичрайтинг	6
К.М.04.07(К)	Курсовой проект по модулю "Креативный брендинг"	6

К.М.04.08(П)	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (модуль "Креативный брендинг")	6
К.М.04.ДВ.01.01	Разработка фирменного стиля	6
К.М.04.ДВ.01.02	Разработка дизайна бренда	6
К.М.04.ДВ.02.01	Бренд-контент менеджмент	6
К.М.04.ДВ.02.02	Мастерство презентации брендов	6

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции

2.1. Состав (структура) компетенции

Содержание компетенции - владение креативными умениями и навыками создания конкурентоспособных корпоративных брендов.

К требуемому результату, установленному компетенцией приведут следующие последовательно выстроенные действия. Формирование способности использования количественных и качественных методов исследований для аналитики бренда, анализа источников получения информации о брендах. Владение креативными умениями и навыками создания бренд-ориентированной культуры организации корпоративных брендов. Способность принимать участие в конструировании и управлении корпоративными, личными и территориальными брендами. Владение креативными умениями и навыками в разработке и реализации дизайн-стратегии формирования индивидуальности бренда. Способность принимать участие создании и управлении конкурентноспособными корпоративными брендами.

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	ПКс-8.1	Способность использовать количественные и качественные методы исследований для аналитики бренда, анализировать источники получения информации о брендах;
2	ПКс-8.2	Способность принимать участие в создании и продвижении конкурентоспособных брендов
3	ПКс-8.3	владение креативными умениями и навыками создания эффективного позиционирования брендов
4	ПКс-8.4	способность принимать участие в конструировании и управлении корпоративными, личными и территориальными брендами
5	ПКс-8.5	способность принимать участие в проектировании фирменных названий, слогана, логотипа, упаковки, дизайна сайта для создания фирменного стиля и бренд-бука компании.
6	ПКс-8.6	Владеет креативными умениями и навыками творческого процесса при создании текстов в рекламе
7	ПКс-8.7	способность принимать участие в проектировании фирменных названий, слогана, логотипа, упаковки, дизайна сайта для создания фирменного стиля и бренд-бука компании.

8	ПКс-8.8	Владеет креативными умениями и навыками в разработке и реализации дизайн-стратегии формирования индивидуальности бренда.
9	ПКс-8.9	способность принимать участие создании и управлении конкурентноспособными корпоративными брендами.

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
ПКс-8.1	Способность выбрать необходимые методы исследования, разработать дизайн исследования в области брендинга, произвести обработку данных, сформулировать рекомендации по результатам маркетинговых исследований в области брендинга	Способен оценивать: стадию жизненного цикла, отрасль и рынок, а также иные значимые показатели; общий уровень развития маркетинговых исследований на предприятии с точки зрения инструментария и бюджетирования; адекватно выбраны ключевые направления маркетинговых исследований в области брендинга, на их основе выбраны показатели результатов; проведены расчеты отдельных показателей как результаты исследования в области брендинга	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения тестовых и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств к дисциплинам, модулям и практикам, в рамках которых проводится промежуточной аттестации.
ПКс-8.2	Способен разработать концепцию медиапроекта, составить портрет целевой аудитории, сформировать креативную составляющую медиапроекта, выбрать инструменты бренд-коммуникаций, разработать коммуникационную кампанию продвижения медиапроекта, способен оценить эффективность медиапроекта.	Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки создания и продвижения конкурентноспособного медиапроекта.	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств государственной итоговой

ПКс-8.3	Обосновывает выбор направлений и моделей позиционирования брендов. Участвует в разработке и реализации мер по позиционированию брендов организации	Демонстрирует знания моделей, подходов и направлений позиционирования брендов организации, ключевые умения и навыки разработки и реализации эффективного позиционирования брендов	аттестации (экзамена) и защиты ВКР.
ПКс-8.4	Составляет портрет целевой аудитории, участвует в проектировании платформ корпоративных брендов Разрабатывает модель интегрированного бренда, составляет программу индивидуализации корпоративного бренда, программу развития личного бренда	Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектирования и управления сильных корпоративных брендами Демонстрирует знания и ключевые умения и навыки построения пирамиды ценностей и матрицы развития гибких навыков бренда, применения больших данных в управлении брендами, внедрения алгоритмов кастомизации продуктов	
ПКс-8.5	Участвует в разработке концепции фирменных названий, слогана, логотипа, упаковки, дизайна сайта для создания фирменного стиля и бренд-бука компании	Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки разработки фирменных названий, слогана, логотипа, упаковки, дизайна сайта для создания фирменного стиля и бренд-бука компании	
ПКс-8.6	Владеет базовыми моделями организации творческого процесса при создании текстов в рекламе	Студент знает теоретико-методологические представления о сущности рекламного текста, владеет основными стратегиями их создания, а также навыками практической работы по генерированию творческих идей и воплощению их в рекламных и PR текстах	
ПКс-8.7	Участвует в разработке концепции фирменных названий, слогана, логотипа, упаковки, дизайна сайта для создания фирменного стиля и бренд-бука компании	Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки разработки фирменных названий, слогана, логотипа, упаковки, дизайна сайта для создания фирменного стиля и бренд-бука компании	

ПКс-8.8	Способен самостоятельно осуществлять сбор и анализ бизнес и маркетинговой информации, необходимой для разработки дизайн-концепции бренда.	Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки при проведении анализа бизнес и маркетинговой информации, необходимой для разработки дизайн-концепции бренда.
ПКс-8.9	Составляет портрет целевой аудитории, участвует в проектировании платформ корпоративных брендов	Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки проектирования и управления корпоративными брендами

Достижение результата освоения ПКс-8 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний - нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность по аналитике брендинга; особенности проведения социологических исследований в области анализа бренда и его элементов; методика проведения комплексных маркетинговых исследований брендов; современные концепции создания брендов, технологии, инструменты и каналы продвижения брендов, принципы разработки медиапроектов, современные концепции управления медиапроектами, методы и направления проведения кросс-культурных исследований, подходы, источники и способы к формированию бренд-ориентированной культуры организации, концепции культур брендинга, направления и модели позиционирования брендов, требования к эффективному позиционированию брендов, стратегии позиционирования брендов, принципы антропоморфного и интегрированного брендинга, технологии создания и управления сильными брендами, механизмы создания личных брендов, принципы трансформации и изменения брендов, алгоритм создания территориальных брендов, принципы адаптации и дифференциации брендов, инструменты сбора и анализа больших данных, методы, техники и инструменты проектирования основных элементов айдентики бренда, особенности носителей бренд-айдентики, нормативные требования к бренд-айдентике, организация и проведение мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации, основы лексической сочетаемости, языковой выразительности, закономерности выбора слова и стилистические функции различных лексических категорий, необходимые для создания рекламных текстов; основные техники убеждения и приемы речевого воздействия в рекламных текстах; алгоритмы и этапы составления рекламных текстов; специфику разработки текстов для различных каналов и средств коммуникации; Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации; стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации, методику проведения аудита и диагностики организационной культуры, определение понятия «фирменный стиль» и его составляющие; методы, техники и инструменты проектирования основных элементов фирменного стиля; особенности носителей фирменного стиля, документы, закрепляющие требования к фирменному стилю, определение понятия «дизайн»; уровни и виды дизайна; типологию, принципы, элементы графического дизайна; интерпретацию понятий «художественный образ», «эстетика художественного образа»; понятие «визуальная индивидуальность бренда»; элементы системы визуальной индивидуальности бренда; детерминанты коммуникативной эффективности визуальной индивидуальности бренда; основные этапы проектирования дизайна бренда;

художественные средства и техники бренд-дизайна; объекты бренд-дизайна, современные концепции управления брендами, платформы бренд-менеджмента, модели проектирования архитектуры корпоративных брендов, технологии, инструменты и каналы продвижения брендов

следующих умений - обосновывать выбор источников и способов формирования культуры исследуемого бренда, выявлять особенности ценностно-ориентированной культуры бренда и предотвращать конфликтные ситуации при проектировании коммуникационной политики бренда в межкультурной среде, принимать участие в разработке и реализации мер по позиционированию брендов организации, участвовать в разработке и реализации мер по совершенствованию управления брендами организации, разрабатывать программы индивидуализации корпоративных и программы развития личных брендов, разрабатывать сценарии кросс-культурной адаптации брендов, применять результаты анализа больших данных в управлении брендами, различать элементы бренд-айдентики, отбирать носители бренд-айдентики, самостоятельно формулировать бриф на разработку визуальных элементов бренд-айдентики, анализировать брендбук и гайдбук, Составлять тексты профессионального назначения для различных каналов и форм маркетинговых коммуникаций, разрабатывать творческую платформу рекламного текста как элемент плана рекламной кампании, коллективно работать над сценарием радио- ролика и его записью, использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики, совместно составлять и размещать текстовый и визуальный контент в цифровых медиа, анализировать составленный рекламный текст на предмет соответствия действующему законодательству РФ и принятым международным соглашениям, использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы в области формирования идентичности и фирменного стиля брендов организации, различать элементы фирменного стиля, отбирать носители фирменного стиля, соответствующие целям бренда; самостоятельно формулировать задание на разработку визуальных элементов фирменного стиля; разрабатывать брендбук, гайдбук, различать уровни и виды дизайна, типы графического дизайна; разрабатывать концепцию индивидуальности бренда; различать детерминанты коммуникативной эффективности визуальной индивидуальности бренда; проектировать дизайн-концепцию бренда; использовать инструменты бренд-дизайна, выбирать объекты бренд-дизайна и осуществлять их эстетизацию, участвовать в разработке и реализации мер по совершенствованию управления брендами организации, определять и адаптировать инструменты управления в продвижении корпоративных брендов

следующих навыков - способами формирования бренд-ориентированной культуры организации, способами разрешения возникших конфликтных ситуаций в межкультурной брендинговой среде, способами разработки и реализации эффективного позиционирования брендов, владеть навыками создания и внедрения модели интегрированного бренда в структуру компании, владеть методами создания и управления сильными и супербрендами, владеть методами построения и применения пирамиды ценностей и матрицы развития гибких навыков брендов, владеть навыками применения больших данных в рамках управления брендами, владеть способностью внедрения и применения алгоритмов кастомизации продуктов, методы, техники и инструменты проектирования элементов бренд-айдентики (на различных носителях), повышающих имидж компании, Навыками, методиками и стилистическими приемами подготовки, написания, редактирования и публикации текстов рекламы связей с общественностью; технологиями копирайтинга с учетом целей и задач планируемой рекламной и PR-кампании, а также в рамках действующего законодательства; инструментами стилистического и языкового выражения творческой идеи для размещения и использования в различных медиаканалах, владеть основными теориями мотивации; проведением аудита человеческих ресурсов и осуществлением диагностики организационной культуры; использованием основных теорий стратегического менеджмента, мотивации,

лидерства и власти для формирования фирменного стиля брендов организации, методами, техниками и инструментами проектирования инвариант фирменного стиля на различных носителях, навыками разработки концепции индивидуальности бренда, навыками оценки коомуникативной эффективности визуальной индивидуальности бренда; навыками проектирования дизайна-концепции бренда; инструментами бренд-дизайна, навыками выбора объекты бренд-дизайна, владеть ключевыми методами управления брендами организации, владеть основными инструментами продвижения корпоративных брендов

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

ПКс-9 владение специальными умениями и навыками разработки и реализации программ и проектов продвижения корпоративных брендов

1. Общая характеристика компетенции

Компетенция ПКс-9 является профессиональной направлена на способность владения специальными умениями и навыками разработки и реализации программ и проектов продвижения корпоративных брендов.

Входным уровнем для формирования компетенции ПКс-9 является освоение профессиональных компетенций: ПКс-1 (владение умениями и навыками проведения системного и комплексного анализа внешней и внутриорганизационной среды бизнеса с применением информационно-аналитических систем и технологий, инструментов финансово-экономической аналитики), ПКс-2 (владение умениями и навыками анализа и прогнозирования конъюнктуры рынков, методами проведения социологических исследований с использованием инструментов количественного и качественного анализа, экономико-математических и статистических расчетов, цифровых технологий обработки данных), ПКс-3 (владение умениями и навыками организации и проведения маркетинговых исследований с использованием системы метрик маркетинга и брендинга и инструментов комплекса маркетинга), ПКс-4 (владение умениями и навыками подготовки и реализации сбалансированных управленческих решений), ПКс-6 (способность участвовать в разработке и реализации маркетинговых программ (проектов, систем, технологий) с использованием инструментов комплекса маркетинга), ПКс-7 (владение умениями и навыками проектирования и управления корпоративными брендами).

Перечень дисциплин (модулей), в рамках которого осваивается данная компетенция

Индекс дисциплины в учебном плане	Наименование дисциплины, модуля, практики, вида промежуточного или итогового испытания, в рамках которых формировалась и закреплялась компетенция	Учебный семестр/ы
Б2.О.03(Пд)	Производственная (преддипломная) практика	8
Б3.02(Д)	Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)	8
К.М.05	Продвижение брендов	7
К.М.05.01	Программы и проекты продвижения брендов	7
К.М.05.02	Рекламные и PR-технологии	7
К.М.05.03	Технологии медиапланирования	7
К.М.05.04	Рекламный менеджмент	7
К.М.05.05	Бренд-комьюнити менеджмент	7
К.М.05.06	Бренд-ивент менеджмент	7
К.М.05.07(К)	Курсовой проект по модулю "Продвижение брендов"	7

К.М.05.08(П)	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности по модулю "Продвижение брендов"	7
К.М.05.ДВ.01.01	DIGITAL-брендинг	7
К.М.05.ДВ.01.02	Мастерство бренд-коллабораций	7
К.М.05.ДВ.02.01	Таргетирование коммуникаций бренда	7
К.М.05.ДВ.02.02	Ньюсмейкинг и паблисити	7

2. Состав (структура) и этапы освоения компетенции

2.1. Состав (структура) компетенции

Содержание компетенции - владение специальными умениями и навыками разработки и реализации программ и проектов продвижения корпоративных брендов.

К требуемому результату, установленному компетенцией приведут следующие последовательно выстроенные действия. Способность к разработке и реализации маркетинговых программ продвижения брендов. Способность разрабатывать и реализовывать рекламные и PR-мероприятий по привлечению новых потребителей товаров. Способность принимать участие в создании и продвижении конкурентоспособных брендов. Способность принимать участие в организации и поддержании связи с деловыми партнерами. Способность принимать участие в разработке коммуникационной политики брендов организации.

2.2. Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы

Порядковый номер	Код этапа	содержание этапа формирования компетенции
1	ПКс-9.1	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ продвижения брендов
2	ПКс-9.2	Способность разрабатывать и реализовывать рекламные и PR-мероприятий по привлечению новых потребителей товаров
3	ПКс-9.3	Способность принимать участие в создании и продвижении конкурентоспособных брендов
4	ПКс-9.4	Способность принимать участие в организации и поддержании связи с деловыми партнерами
5	ПКс-9.5	Способность принимать участие в разработке коммуникационной политики брендов организации
6	ПКс-9.6	Способность разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов DIGITAL-брендинга
7	ПКс-9.7	Способность разработки и проведения программ бренд-коллабораций.
8	ПКс-9.8	Способность разрабатывать и реализовывать программу интегрированных маркетинговых бренд-коммуникаций.

9	ПКс-9.9	Способность к проектированию и продвижению брендов, включая рекламные технологии, технологии ньюсмейкинга и паблисити
---	---------	---

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенции на различных этапах ее формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>	Средства (методы) оценивания на промежуточной аттестации
ПКс-9.1	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ продвижения брендов	Студент использует подход к разработке программ продвижения бренда. Оценивает факторы, оказывающие влияние на разработку программ продвижения.	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения тестовых и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств к дисциплинам,
ПКс-9.2	Может разработать и реализовать рекламные и PR-мероприятий по привлечению новых потребителей товаров	Студент изучает специфику отрасли деятельности предприятия и его конкурентов; формирует программу рекламных и PR-проектов	модулям и практикам, в рамках которых осваивается компетенция, для проведения промежуточной аттестации.
ПКс-9.3	Способен разработать концепцию медиапроекта, составить портрет целевой аудитории, сформировать креативную составляющую медиапроекта, выбрать инструменты бренд-коммуникаций, разработать коммуникационную кампанию продвижения медиапроекта, способен оценить эффективность медиапроекта.	Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки создания и продвижения конкурентоспособного медиапроекта.	Методы прямого оценивания на основе анализа качества ответов на вопросы и правильности выполнения и практических заданий, предлагаемых в фондах оценочных средств государственной итоговой аттестации (экзамена) и защиты ВКР.

ПКс-9.4	Способен организовывать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);	Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки в организации и поддержании связи с деловыми партнерами
ПКс-9.5	Может разработать и реализовать специальные (событийные) мероприятия для новых потребителей товаров	Демонстрирует знания, ключевые умения и навыки в организации специальных мероприятий, принципы работы с ключевыми партнерами
ПКс-9.6	Может разработать маркетинговую программу с использованием инструментов DIGITAL-брендинга	Усвоен понятийный аппарат и нормативные правовые акты; обработана необходимая маркетинговая информация; сформирован комплекс ключевых элементов проекта в области DIGITAL-брендинга и разработано техническое задание на его реализацию;
ПКс-9.7	Может разработать и реализовать программу бренд-коллабораций.	Студент знает, в чём суть программ бренд-коллабораций. Формулирует и использует концепции творчества и добавленной ценности.

ПКс-9.8	Способность к разработке и реализации программ интегрированных маркетинговых коммуникаций	Студент использует интегрированный подход к разработке программ бренд-коммуникаций. Оценивает факторы, оказывающие влияние на разработку программ комплекса ИМК,
ПКс-9.9	Способность к проектированию и продвижению брендов, включая рекламные технологии, технологии снейкинга и паблисити	Усвоен понятийный аппарат, демонстрирует знания, ключевые умения и навыки продвижения брендов включая рекламные технологии, технологии снейкинга и паблисити

Достижение результата освоения ПКс-9 обеспечивается путем формирования у обучающихся:

следующих знаний – инструменты маркетинговых коммуникаций; стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации; Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации, этапы проектирования и планирования рекламных и PR-проектов, в соответствии со стратегий развития и общей концепцией бренда, современные концепции создания брендов, количественные и качественные методы исследований, потребительской лояльности; - методики получения информации о потребительской лояльности, технологии, инструменты и каналы продвижения брендов, принципы разработки медиапроектов, современные концепции управления медиапроектами, понятийный аппарат в области DIGITAL-брендинга; технологии разработки концепции позиционирования брендов в цифровой среде; современные тенденции в развитии инструментов DIGITAL-брендинга; нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность в области DIGITAL-брендинга; эволюцию концепций инвент-брендинга; современные тренды в бренд-ивент менеджменте, методы стимулирования креативного мышления; принципы планирования и осуществления программ бренд-коллабораций, направленных на реализацию маркетинговой стратегий бренда, понимание глобальных и локальных потребительских трендов для развития бренда, основные технологии ньюсмейкинга и паблисити

следующих умений – проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании; формировать имидж и деловую репутацию организации; использовать способы и методы оценки результативности и эффективности рекламных и PR-проектов, участвовать в создании и продвижении медиапроектов компании, участвовать в формировании креативной составляющей медиапроектов, определять возможности построения взаимоотношений в рамках бренд сообществ; осуществлять сегментацию потребителей на основе социальной активности и ценности для компании; разрабатывать программы лояльности в рамках бренд-комьюнити; разрабатывать механики по управлению лояльностью в сообществах, формировать комплекс ключевых элементов DIGITAL-брендинга; реализовывать комплекс мероприятий DIGITAL-брендинга по привлечению новых потребителей товаров (услуг), принимать участие в разработке и реализации специальных

событий; - вносить предложения по развитию технологий бренд-ивент менеджмента в организации, определять данные, необходимые для проведения исследований (оценки) бренда;

создавать креативные решения в области проведения программ коллабораций брендов, проводить интегрированные коммуникационные кампании, использовать способы и методы оценки их результативности, анализировать СМИ, соцсети и прочие интернет-площадки с точки зрения релевантности сообщениям компании, бренда

следующих навыков - обладать навыками: разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации; разработки и проведения мероприятий по программе продвижения брендов; формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации., владеть инструментами и технологиями реализации рекламных и PR-проектов, управлять оперативными изменениями в ходе реализации рекламных и PR-проектов, владеть ключевыми методами создания конкурентоспособных брендов в медиасреде, владеть основными инструментами продвижения медиапроектов, методами изучения факторов, формирующих лояльные сообщества; методами оценки лояльности сообществ; методами выделения и работы с лидерами мнений в сообществах (негативными и позитивными), разрабатывать технические задания на создание DIGITAL-брендов и элементов DIGITAL-брендинга; применять методы использования прикладных офисных программ для сбора и обработки маркетинговой информации в области DIGITAL-брендинга, навыками организации и проведения специальных событий; технологиями бренд-ивент менеджмента, владеть инструментами и технологиями продвижения бренда, навыками планирования и реализации маркетинговых проектов бренд-коллаборации, направленных на реализацию маркетинговой стратегии бренда, обладать навыками разработки коммуникационной стратегии брендов в классических медиа и Digital среде, владеть основами сегментирования целевой аудитории и определения целевого сегмента кампании, методами создания информационных поводов для формирования деловой репутации компании, бренда.

