

Индикаторы достижения компетенций
 ООП по направлению подготовки **38.04.02 Менеджмент**
 (код и наименование направления подготовки)
 Направленность (профиль) «Маркетинг»
 прием 2022 год

№	Компетенции	Индикаторы достижения компетенций	
<i>Универсальные компетенции</i>			
УК-1.	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1. Способен анализировать проблемную ситуацию на основе системного подхода, выявляя ее элементы, их взаимосвязь и тенденции развития.	
		УК-1.2. Разрабатывает варианты решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации.	
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Понимает принципы проектного подхода к управлению.	
		УК-2.2. Демонстрирует способность управления проектами.	
УК-3	Способен организовать и руководить командой, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1 Формирует эффективную команду.	
		УК-3.2. Координирует и направляет деятельность участников команды на достижение поставленной цели с учетом особенностей поведения ее участников, временных и прочих ограничений.	
	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе, на иностранном(ых)	УК-4.1. Способен составлять деловую документацию для академических и профессиональных целей.	


УК-4	языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.2. Способен организовать обсуждение результатов исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях.
		УК-4.3 Принимает участие в академических и профессиональных дискуссиях.
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1. Демонстрирует способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия при решении профессиональных задач.
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Определяет стимулы, мотивы и приоритеты собственной профессиональной деятельности и цели карьерного роста.
Общепрофессиональные компетенции		
ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	ОПК-1.1. Применяет знания экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа для решения профессиональных задач.
		ОПК-1.2. Использует экономические и управленческие знания в профессиональной деятельности.
		ОПК-1.3. Осуществляет исследования реальной экономической ситуации с применением изученных методов фундаментальной экономической науки, организационных подходов и управленческих теорий в различных сферах деятельности.
ОПК-2	Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач	ОПК-2.1. Применяет современные техники и методики сбора данных; продвинутые методы обработки и анализа данных, необходимых для решения поставленных управленческих и исследовательских задач.
		ОПК-2.2. Использует интеллектуальные информационно-аналитические системы, современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа для решения поставленных управленческих и исследовательских задач.

ОПК-3	Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды	ОПК-3.1. Принимает и обосновывает организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости.
		ОПК-3.2. Оценивать операционную и организационную эффективность управленческих решений.
		ОПК-3.3. Реализовывает организационно-управленческие решения в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды и оценивать их последствия.
ОПК-4	Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	ОПК-4.1. Выявляет и оценивает новые рыночные возможности, разрабатывает бизнес-модели создания и развития новых направлений деятельности и организаций.
		ОПК-4.2. Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления.
		ОПК-4.3. Выявляет и оценивает новые рыночные возможности, разрабатывает стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций.
ОПК-5	Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты	ОПК-5.1. Обосновывает актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования, обобщает и критически оценивает научные исследования в менеджменте и смежных областях.
		ОПК-5.2. Решает задачи для научного исследования на основе анализа научной литературы, выполняет научно-исследовательские проекты

<i>Профессиональные компетенции</i>			
	ПК (ОУ)-1 Способен разрабатывать, тестировать и внедрять инновационные товары (услуги), создавать нематериальные активы и управлять ими в организации	ПК (ОУ)-1.1. Проводит реализацию и совершенствование ассортиментной политики организации, разработку мер по внедрению инновационных товаров, тестирование инновационных товаров при их внедрении на российский и международный рынки.	
		ПК (ОУ)-1.2. Использует методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития, процедуры тестирования товаров.	
		ПК (ОУ)- 1.3. Определяет конкурентоспособный ассортимент товаров.	
	ПК (ОУ)-2 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать политику ценообразования в организации	ПК (ОУ)-2.1. Разрабатывает политику ценообразования в организации с учетом современных тенденций развития экономической среды. ПК (ОУ)-2.2. Обеспечивает выполнение мероприятий по формированию и прогнозированию диапазона цен на товары, работы и услуги. ПК (ОУ)-2.3. Осуществляет консультирование по вопросам формирования цен на товары, работы, услуги. ПК (ОУ)-2.3. Осуществляет контроль ценообразования, выявляет и обосновывает факт демпинга и ценового сговора.	
	ПК (ОУ)-3 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать сбытовую политику в организации	ПК (ОУ)-3.1. Разрабатывает, внедряет и совершенствует систему распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации.	
		ПК (ОУ)-3.2. Разрабатывает, тестирует и внедряет инновационные товары (услуги), создаёт нематериальные активы (бренды) и управляет ими в организации.	
		ПК (ОУ)-3.3. Реализует и развивает маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга.	

	ПК (ОУ) - 4 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации	ПК (ОУ) – 4.1. Разрабатывает, внедряет и совершенствует систему маркетинговых коммуникаций в организации, осуществляет процессное управление маркетинговой и рекламной деятельности организации.
		ПК (ОУ) – 4.2. Осуществляет контроль информационно-коммуникационной деятельности организации с целью повышения ее эффективности.
	ПК (ОУ) - 5 Способен формировать маркетинговую стратегию организации	ПК (ОУ) – 5.1. Разрабатывает маркетинговые стратегии для организации, обеспечивая стратегическое развитие организации.
		ПК (ОУ)–5.2. Разрабатывает маркетинговые политики и программы для организации
	ПК (ОУ) - 6 Способен планировать и контролировать маркетинговую деятельность организации	ПК (ОУ) – 6.1. Выполняет финансово-экономическое обоснование стратегических маркетинговых решений.
		ПК (ОУ) – 6.2. Контролирует оперативные маркетинговые решения по критерию прибыли и рентабельности.
	ПК (НИ) – 1 Способен проводить исследования с целью выбора продуктовой ниши и разработки продуктовой стратегии на основе достоверной информации	<p>ПК (НИ) – 1.1. Проводит исследования рынка исходя из бизнес-задачи и ситуации на рынке.</p> <p>ПК (НИ) – 1.2. Составляет техническое задание на проведение исследования рынка и проверяет качество его выполнения на каждом этапе.</p> <p>ПК (НИ) – 1.3. Использует достоверную информацию для оценки объема рынка, определяет объем рынка на основании данных, полученных из различных источников.</p> <p>ПК (НИ) – 1.4. Осуществляет анализ ситуации на рынке, определяет ключевых игроков, их позицию и динамику.</p>

Декан экономического факультета
"18" мая 2022 г.



Д.Ю. Брюханов