

Исследование качественных разрывов между спросом и предложением профессиональных компетенций трудовых ресурсов

1. Установления соответствия между трудовыми функциями (ПС 08.035 Маркетолог) и профессиональными компетенциями (ФГОС 38.03.02 Менеджмент) с учетом уровня профессиональной подготовки – 6 «бакалавриат»

Ключевые характеристики Профессионального стандарта 08.035 Маркетолог

Вид профессиональной деятельности: организация и управление маркетинговой деятельностью.

Основная цель вида профессиональной деятельности: разработка и реализация комплекса мер и подходов к ведению бизнеса, обеспечивающая создание и эффективное управление маркетинговой деятельностью.



Рисунок 1 – Группы занятий в соответствии с ПС 08.035 Маркетолог

Таблица 1. Уровни квалификаций по ПС 08.035 Маркетолог

Уровень	Полномочия и ответственность	Характер умений	Характер знаний	Основные пути уровня достижения квалификации
6	<p>Самостоятельная деятельность, предполагающая определение задач собственной работы и/или подчиненных по достижению цели</p> <p>Обеспечение взаимодействия сотрудников и смежных подразделений</p> <p>Ответственность за результат выполнения работ на уровне</p>	<p>Разработка, внедрение, контроль, оценка корректировка направлений профессиональной деятельности, технологических или методических решений</p>	<p>Применение профессиональных знаний технологического или методического характера, в том числе инновационных</p> <p>Самостоятельный поиск, анализ и оценка профессиональной информации</p>	<p>Образовательные программы ВО – программы бакалавриата</p> <p>Образовательные программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена</p> <p>Дополнительные профессиональные программы</p> <p>Практический опыт</p>

Уровень	Полномочия и ответственность	Характер умений	Характер знаний	Основные пути уровня достижения квалификации
	подразделения или организации			
7	<p>Определение стратегии, управление процессами и деятельностью (в том числе инновационной) с принятием решения на уровне крупных организаций или подразделений</p> <p>Ответственность за результаты деятельности крупных организаций и/или подразделений</p>	<p>Решение задач развития области профессиональной деятельности и (или) организации с использованием разнообразных методов и технологий, в том числе инновационных</p> <p>Разработка новых методов, технологий</p>	<p>Понимание методологических основ профессиональной деятельности</p> <p>Создание новых знаний прикладного характера в определенной области</p> <p>Определение источников и поиск информации, необходимой для развития области профессиональной деятельности и/или организации</p>	<p>Образовательные программы высшего образования – магистратура или специалитет</p> <p>Дополнительные профессиональные программы</p> <p>Практический опыт</p>
8	<p>Определение стратегии, управление процессами и деятельностью (в том числе инновационной) с принятием решения на уровне крупных организаций</p> <p>Ответственность за результаты деятельности крупных организаций и/или отрасли</p>	<p>Решение задач исследовательского и проектного характера, связанных с повышением эффективности процессов</p>	<p>Создание новых знаний междисциплинарного и межотраслевого характера</p> <p>Оценка и отбор информации, необходимой для развития области деятельности</p>	<p>Программы подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре, ординатуре, программы ассистентуры-стажировки</p> <p>Образовательные программы высшего образования – магистратура или специалитет</p> <p>Дополнительные профессиональные программы</p> <p>Практический опыт</p>

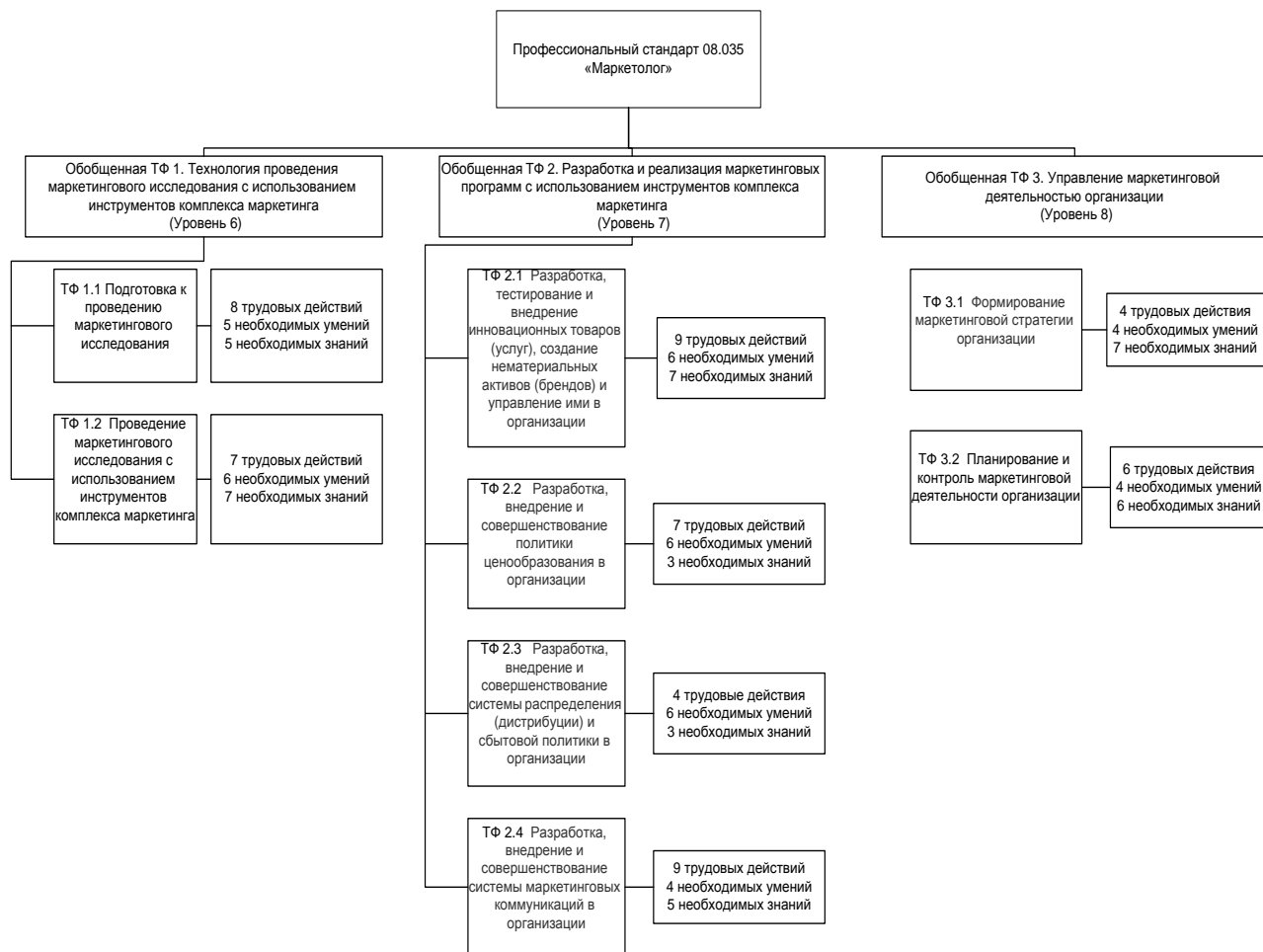


Рисунок 2- Структура ПС 08.035 Маркетолог

Таблица 2. Взаимосвязь трудовых функций и аналогов профессиональных компетенций (по ФГОС ВО и ГОС ВПО)

Обобщенная трудовая функция	Трудовая функция	Трудовые действия	Необходимые умения	Необходимые знания
<p>1. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга (Уровень 6)</p>	<p>1.1 Подготовка к проведению маркетингового исследования</p>	Выявление проблем и формулирование целей исследования	Применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования	Применение основ менеджмента
		Планирование проведения маркетингового исследования	Определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования	Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность
		Определение маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования	Подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования	Особенности проведения социологических исследований
		Подготовка и согласование плана проведения маркетингового исследования	Анализировать текущую рыночную конъюнктуру	Принципы системного анализа
		Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации	Составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования	Методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов
		Анализ конъюнктуры рынка товаров и услуг		
		Разработка технического задания для проведения маркетингового исследования		
		Подготовка процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования		

Таблица 2. Взаимосвязь трудовых функций и аналогов профессиональных компетенций (по ФГОС ВО и ГОС ВПО)

(Продолжение)

Обобщенная трудовая функция	Трудовая функция	Трудовые действия	Необходимые умения	Необходимые знания
<p>1. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга (Уровень 6)</p>	<p>1.2 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>Планирование и организация сбора первичной и вторичной маркетинговой информации</p>	<p>Систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации</p>	<p>Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность</p>
		<p>Обработка полученных данных с помощью методов математической статистики</p>	<p>Использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков</p>	<p>Рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики</p>
		<p>Подготовка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований</p>	<p>Работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования</p>	<p>Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг</p>
		<p>Формирование предложений по совершенствованию товарной политики</p>	<p>Проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>Методы проведения маркетингового исследования</p>
		<p>Формирование предложений по совершенствованию ценовой политики</p>	<p>Создавать отчеты по результатам маркетингового исследования</p>	<p>Психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях</p>
		<p>Формирование предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж</p>	<p>Давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>Правила, нормы и основные принципы этики делового общения</p>
		<p>Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации</p>		<p>Методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства</p>

Таблица 2. Взаимосвязь трудовых функций и аналогов профессиональных компетенций (по ФГОС ВО и ГОС ВПО)

(Продолжение)

Обобщенная трудовая функция	Трудовая функция	Трудовые действия	Необходимые умения	Необходимые знания
<p>2. Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга (Уровень 7)</p>	<p>2.1 Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации</p>	<p>Разработка мер по внедрению инновационных товаров (услуг)</p>	<p>Определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации</p>	<p>Понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов)</p>
		<p>Создание нематериальных активов (брендов) в организации и управление ими</p>	<p>Проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов)</p>	<p>Инструменты бренд-менеджмента</p>
		<p>Разработка и реализация комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг)</p>	<p>Создавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок</p>	<p>Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития</p>
		<p>Тестирование инновационных товаров (услуг) при их внедрении на российский и международный рынки</p>	<p>Проводить оценку стоимости брендов организации</p>	<p>Процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов)</p>
		<p>Реализация и совершенствование ассортиментной политики организации</p>	<p>Улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами</p>	<p>Методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов</p>
		<p>Проведение коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов)</p>	<p>Использовать инструменты проектного управления успешными брендами</p>	<p>Методы использования прикладных офисных программ для сбора и обработки маркетинговой информации</p>
		<p>Разработка технических заданий на создание фирменного стиля организации, ее бренда</p>		<p>Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность</p>
		<p>Реализация программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации</p>		
		<p>Подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)</p>		

Таблица 2. Взаимосвязь трудовых функций и аналогов профессиональных компетенций (по ФГОС ВО и ГОС ВПО)

(Продолжение)

Обобщенная трудовая функция	Трудовая функция	Трудовые действия	Необходимые умения	Необходимые знания
<p>2. Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга (Уровень 7)</p>	<p>2.2 Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации</p>	<p>Разработка ценовой политики в организации</p>	<p>Разрабатывать политику конкурентных цен на товары (услуги)</p>	<p>Инструменты маркетингового ценообразования</p>
		<p>Создание и реализация стратегии формирования цен на товары (услуги) организации</p>	<p>Рассчитывать цены на товары (услуги) организации</p>	<p>Законодательство Российской Федерации, стандарты, этические принципы, регулирующие цены и ценовую политику организаций</p>
		<p>Внедрение методов формирования цен на товары (услуги) организации</p>	<p>Разрабатывать средства и каналы коммуникаций для проведения политики ценообразования</p>	<p>Методы построения системы распределения (дистрибуции) и продвижения товаров и услуг на уровне ценовых стратегий</p>
		<p>Разработка конкурентных ценовых стратегий</p>	<p>Сравнивать рыночные цены и цены конкурентов на товары (услуги)</p>	
		<p>Проведение последовательных действий по разработке политики ценообразования в организации</p>	<p>Проводить маркетинговые исследования по ценам</p>	
		<p>Внедрение системы стимулирования продаж товаров (услуг) организации</p>	<p>Проводить аудит ценовой политики организации</p>	
		<p>Совершенствование политики ценообразования в организации</p>		

Таблица 2. Взаимосвязь трудовых функций и аналогов профессиональных компетенций (по ФГОС ВО и ГОС ВПО)

(Продолжение)

Обобщенная трудовая функция	Трудовая функция	Трудовые действия	Необходимые умения	Необходимые знания
<p>2. Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга (Уровень 7)</p>	<p>2.3 Разработка, внедрение и совершенствование системы распределения (дистрибуции) и сбытовой политики в организации</p>	<p>Формирование средств и каналов распределения (дистрибуции) для взаимодействия с поставщиками, инвесторами и иными партнерами организации</p>	<p>Работать с информацией и базами данных по системе распределения</p>	<p>Методы проведения маркетинговых исследований в области распределения (дистрибуции) и продаж</p>
		<p>Разработка комплексной системы распределения (дистрибуции) в организации</p>	<p>Выполнять маркетинговые действия по выбору каналов распределения (дистрибуции)</p>	<p>Подходы к формированию сбытовой политики организации</p>
		<p>Разработка сбытовой политики организации</p>	<p>Создавать каналы распределения (дистрибуции) в организации</p>	<p>Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие сбытовую деятельность организации</p>
		<p>Совершенствование системы распределения (дистрибуции) в организации</p>	<p>Оценивать результативность каналов распределения (дистрибуции)</p>	
			<p>Проводить оценку сбытовой политики организации</p>	
			<p>Управлять продажами товаров и услуг</p>	

Таблица 2. Взаимосвязь трудовых функций и аналогов профессиональных компетенций (по ФГОС ВО и ГОС ВПО)

(Продолжение)

Обобщенная трудовая функция	Трудовая функция	Трудовые действия	Необходимые умения	Необходимые знания
<p>2. Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга (Уровень 7)</p>	<p>2.4 Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации</p>	<p>Разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации</p>	<p>Проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании</p>	<p>Инструменты маркетинговых коммуникаций</p>
		<p>Разработка и проведение коммуникационных кампаний в организации</p>	<p>Формировать имидж и деловую репутацию организации</p>	<p>Стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации</p>
		<p>Формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации</p>	<p>Продвигать товары (услуги) организации на рынок</p>	<p>Состав процесса стратегического и оперативного планирования</p>
		<p>Разработка технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации</p>	<p>Улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики</p>	<p>Организация рекламного дела</p>
		<p>Формирование имиджа и деловой репутации организации</p>	<p>Выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий</p>	<p>Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации</p>
		<p>Организация и проведение мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации</p>	<p>Проводить анализ результативности коммуникационной политики</p>	
		<p>Разработка и проведение рекламных акций по стимулированию продаж</p>	<p>Использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики</p>	
		<p>Работа с инструментами прямого маркетинга</p>		
<p>Подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений</p>				

Таблица 2. Взаимосвязь трудовых функций и аналогов профессиональных компетенций (по ФГОС ВО и ГОС ВПО)

(Продолжение)

Обобщенная трудовая функция	Трудовая функция	Трудовые действия	Необходимые умения	Необходимые знания
<p>3. Управление маркетинговой деятельностью организации (Уровень 8)</p>	<p>3.1 Формирование маркетинговой стратегии организации</p>	<p>Организация работы маркетинговой службы в рамках стратегии развития организации, текущих бизнес-процессов и проектной деятельности организации</p>	<p>Разрабатывать маркетинговую стратегию организации</p>	<p>Методика проведения комплексного маркетингового исследования</p>
		<p>Создание и развитие стратегической системы для выполнения маркетинговых функций в организации</p>	<p>Прогнозировать результаты, планировать и создавать условия для результативной маркетинговой деятельности организации</p>	<p>Особенности риск-менеджмента</p>
		<p>Создание и развитие операционной системы для выполнения маркетинговых функций в организации</p>	<p>Выстраивать систему взаимодействия маркетинговой службы с другими подразделениями организации</p>	<p>Инструменты бренд-менеджмента</p>
		<p>Руководство работой по системному развитию и оптимизации операционной и организационной структур маркетинговой службы организации</p>	<p>Реализовывать альтернативные маркетинговые стратегии в организации</p>	<p>Принципы стратегического и оперативного планирования</p>
				<p>Методы и стратегии ценообразования</p>
				<p>Принципы логистики распределения и сбыта</p>
				<p>Методы управления проектами</p>

Таблица 2. Взаимосвязь трудовых функций и аналогов профессиональных компетенций (по ФГОС ВО и ГОС ВПО)

(Окончание)

Обобщенная трудовая функция	Трудовая функция	Трудовые действия	Необходимые умения	Необходимые знания
<p>3. Управление маркетинговой деятельностью организации (Уровень 8)</p>	<p>3.2 Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации</p>	<p>Подготовка предложений и разработка планов по работе маркетинговой службы организации</p>	<p>Планировать деятельность маркетинговой службы организации</p>	<p>Инструменты риск-менеджмента</p>
		<p>Согласование и реализация планов маркетинговой поддержки системы продаж в организации</p>	<p>Планировать и разрабатывать бюджет реализуемых маркетинговых проектов</p>	<p>Методы управления бизнес-процессами</p>
		<p>Согласование и реализация плана маркетинга организации</p>	<p>Проводить оценку результативности маркетинговых программ</p>	<p>Процесс управления знаниями в организации</p>
		<p>Обеспечение развития маркетинговой службы организации</p>	<p>Осуществлять контроль маркетинговой деятельности организации</p>	<p>Методы и организационные возможности управления изменениями</p>
		<p>Подготовка и защита отчетов о работе маркетинговой службы перед руководящими органами и лицами организации</p>		<p>Методы управления проектами</p>
		<p>Обеспечение контроля маркетинговой деятельности организации</p>		<p>Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности</p>

2. Выделение множества трудовых функций (ТФ₁) и профессиональных компетенций (ПК₁), между которыми существует соответствие, выявляемое на основе семантического поиска

Результаты сопоставления профессионального стандарта 08.035 Маркетолог с компетенциями ФГОС ВО по направлению 38.03.02 Менеджмент по трудовым функциям для уровня 6 - «бакалавриат» представлены в таблицах 3-5.

Перечень компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.03.02 Менеджмент и ОП по профилю «Маркетинг», реализуемой в Институте управления бизнес-процессами и экономики ФГАОУ ВО Сибирского федерального университета представлен в таблице 7.

Таблица 3. Результаты соответствия ОТФ1 и компетенций ОП по профилю «Маркетинг»

Обобщенная трудовая функция	Соответствующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО
1. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ОК-4, ОК-5 ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7 ПК-8, ПК-9, ПК-10, ПК-11 ДПК-1, ДПК-2, ДПК-4, ДПК-5, ДПК-6, ДПК-7, ДПК-9, ДПК-10, ДПК-11, ДПК-13, ДПК-16

Таблица 4. Результаты соответствия трудовых функций 1.1, 1.2, трудовых действий и компетенций ОП по профилю «Маркетинг»

Трудовая функция	Трудовые действия	Компетенции ФГОС ВО
1.1 Подготовка к проведению маркетингового исследования	Выявление проблем и формулирование целей исследования	ДПК-2
	Планирование проведения маркетингового исследования	ДПК-2
	Определение маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования	ДПК-1
	Подготовка и согласование плана проведения маркетингового исследования	ОК-4, ОК-5, ОПК-4
	Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации	ОПК-7, ПК-10, ДПК-2
	Анализ конъюнктуры рынка товаров и услуг	ПК-9, ПК-10, ДПК-2
	Разработка технического задания для проведения маркетингового исследования	ОПК-6, ОПК-7, ДПК-2
1.2 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Подготовка процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования	ОК-5, ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4, ПК-1
	Планирование и организация сбора первичной и вторичной маркетинговой информации	ОПК-1, ОПК-7, ПК-11, ДПК-2, ДПК-13
	Обработка полученных данных с помощью методов математической статистики	ОПК-7, ПК-10, ДПК-16
	Подготовка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	ОПК-1, ОПК-7, ПК-8, ДПК-2, ДПК-16

Трудовая функция	Трудовые действия	Компетенции ФГОС ВО
	Формирование предложений по совершенствованию товарной политики	ДПК-4, ДПК-5, ДПК-11, ДПК-6
	Формирование предложений по совершенствованию ценовой политики	ДПК-7, ДПК-11
	Формирование предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж	ДПК-7, ДПК-11
	Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	ДПК-9, ДПК-10, ДПК-11

Таблица 5. Результаты соответствия трудовых функций 1.1, 1.2, необходимых умения и компетенций ОП по профилю «Маркетинг»

Трудовая функция	Необходимые умения	Компетенции ФГОС ВО
Подготовка к проведению маркетингового исследования	Применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования	ОПК-1, ОПК-7, ПК-10, ПК-11, ДПК-2
	Определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования	ДПК-2, ПК-11
	Подготавливать комплексный план проведения маркетингового исследования	ОПК-3
	Анализировать текущую рыночную конъюнктуру	ПК-9, ПК-10, ПК-11, ДПК-2
	Составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-7, ДПК-2
Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации	ОПК-7, ПК-10, ПК-11, ДПК-2, ДПК-16
	Использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков	ПК-9, ПК-10, ДПК-16
	Работать со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования	ПК-9, ПК-10, ПК-11, ДПК-13
	Проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга	ДПК-2
	Создавать отчеты по результатам маркетингового исследования	ОПК-1, ПК-8, ДПК-2
	Давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга	ДПК-4, ДПК-5, ДПК-6, ДПК-7, ДПК-9, ДПК-10, ДПК-11

3. Расчет удельных долей ТФ₁ в общем числе трудовых функций (в соответствии с ПС) и удельных долей ПК₁ в общем числе профессиональных компетенций (в соответствии с ФГОС)

Таблица 6. Результаты расчета удельной доли ПК₁ в общем количестве компетенций ОП по направлению 38.03.02 Менеджмент

Группа компетенций	Общее число компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.03.02 «Менеджмент»	Число компетенций из ФГОС, используемых в профстандарте (уровень бакалавриата)
Общекультурные	8	2
Общепрофессиональные	7	6
Профессиональные	20	4
Дополнительные профессиональные	16	11
Итого компетенций	35 (без ДПК) 51 (с учетом ДПК)	12 (без ДПК) 23 (с учетом ДПК)
Удельная доля компетенций из ФГОС, используемых в профстандарте (уровень бакалавриата)	-	0,34(без ДПК) 0,45(с учетом ДПК)

Таким образом, результаты проведенного анализа показали, что 34 % профессиональных компетенций ФГОС по направлению 38.03.02 Менеджмент в состоянии полностью обеспечить уровень выполнения трудовых функций по профессии маркетолога для уровня бакалавриата (рисунок 4).

С учетом, освоения дополнительных профессиональных компетенций, ориентированных под специфику профессии, данным уровнем можно управлять, повышая его значение. Так, например, по ОП по профилю «Маркетинг» уровень профессиональных компетенций, полностью обеспечивающий выполнение трудовых функций составляет – 45 % (рисунок 4).

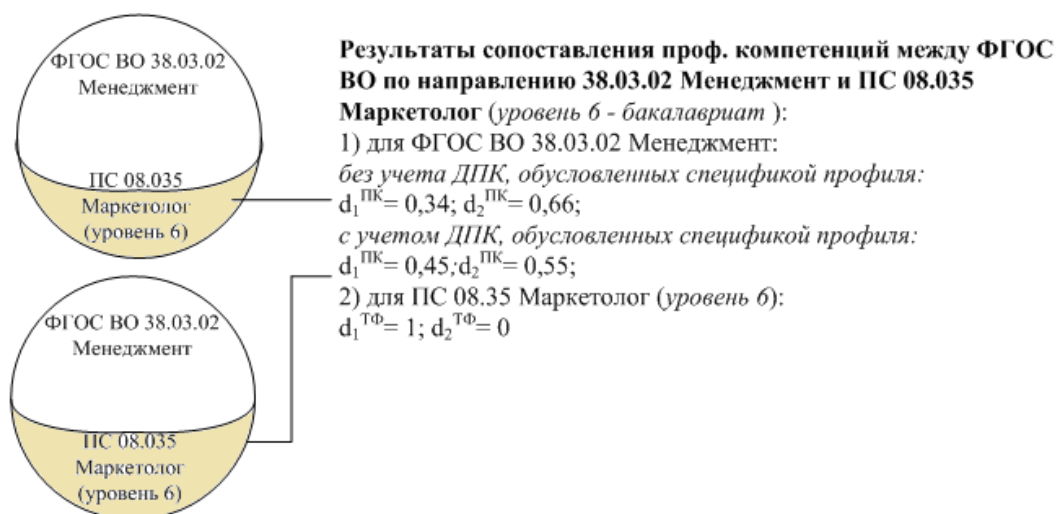


Рисунок 4 –Графическая интерпретация удельных долей ФГОС ВО по направлению 38.03.02 Менеджмент, полностью обеспечивающий выполнение трудовых функций по профессии

Таблица 7. Перечень компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.03.02 Менеджмент

Код компетенции	Содержание компетенции
Общекультурные компетенции	
ОК-1	Способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции
ОК-2	Способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
ОК-3	Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
ОК-4	Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОК-5	Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОК-6	Способность к самоорганизации и самообразованию
ОК-7	Способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
ОК-8	Способность использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций
Общепрофессиональные компетенции	
ОПК-1	Владение навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности
ОПК-2	Способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений
ОПК-3	Способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия
ОПК-4	Способность осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации
ОПК-5	Владение навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем
ОПК-6	Владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций
ОПК-7	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
Профессиональные компетенции в соответствии с Организационно-управленческой деятельностью	
ПК-1	Владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды, умение проводить аудит человеческих ресурсов и осуществлять диагностику организационной культуры
ПК-2	Владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом,

Код компетенции	Содержание компетенции
	в том числе в межкультурной среде
ПК-3	Владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности
ПК-4	Умение применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации
ПК-5	Способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений
ПК-6	Способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений
ПК-7	Владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ
ПК-8	Владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений
Профессиональные компетенции в соответствии с Информационно-аналитической деятельностью	
ПК-9	Способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли
ПК-10	Владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления
ПК-11	Владением навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов
ПК-12	Умение 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)
ПК-13	Умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организации
ПК-14	Умение применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета
ПК-15	Умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений об инвестировании и финансировании

Код компетенции	Содержание компетенции
ПК-16	Владение навыками оценки инвестиционных проектов, финансового планирования и прогнозирования с учетом роли финансовых рынков и институтов
Профессиональные компетенции в соответствии с Предпринимательской деятельностью	
ПК-17	Способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели
ПК-18	Владение навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)
ПК-19	Владение навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками
ПК-20	Владение навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур
Дополнительные профессиональные компетенции с учетом направленности программы	
ДПК-1	Знание основных этапов эволюции маркетинговых компетенций, функций маркетинга в компании; умение ставить цели и задачи создания/развития службы маркетинга и реализовывать их с использованием маркетинговых технологий и инструментов
ДПК-2	Владение навыками организации и проведения качественных и количественных маркетинговых исследований, подготовки аналитических отчетов о состоянии и динамики развития рынков товаров и услуг
ДПК-3	Умение использовать в маркетинговом планировании технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний с оценкой конкурентоспособности/бенчмаркингом продуктов и конкурентов
ДПК-4	Способность участвовать в разработке, позиционировании и запуске новых продуктов на рынок на основе технологий управления продуктом и ассортиментом
ДПК-5	Владение навыками разработки интеллектуальных продуктов и интеллектуального сервиса на основе маркетинга взаимодействия и взаимоотношений
ДПК-6	Умение определять приоритеты марочной стратегии компании и использовать технологии бренд-менеджмента в управлении марочными продуктами
ДПК-7	Владение навыками расчета и прогнозирования цен, скидок, надбавок и обоснования ценовых стратегий компании; организации системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж
ДПК-8	Владение методами поиска новых привлекательных рынков и продуктов и умеет их использовать в формировании маркетинговых стратегий развития организации; умение согласовывать маркетинговые программы с целями, задачами и стратегиями других функциональных служб и организации в целом
ДПК-9	Владение навыками разработки концепции рекламной кампании и способностью применения технологий медиа-планирования; умение выделять и количественно оценивать критерии эффективности рекламной кампании
ДПК-10	Умение интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций компании
ДПК-11	Умение выделять особенности организации маркетинга в сфере услуг; принимать решения по комплексу создания услуг, ценообразованию, распределению и коммуникациям
ДПК-12	Умение анализировать процессы управления взаимоотношениями с клиентами, выявлять их «узкие» места, формулировать варианты оптимизации

Код компетенции	Содержание компетенции
ДПК-13	Владение навыками работы с современными системами управления клиентской базой; обладать способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах класса CRM
ДПК-14	Способность находить и оценивать новые возможности промышленных рынков, формировать и оценивать бизнес-идеи, разрабатывать стратегии развития бизнеса на рынках B2B
ДПК-15	Владение методами и способами организации и управления маркетинговой деятельностью в сети Интернет, методами управления проектами и готовностью к их реализации с использованием современного программного обеспечения, уметь применять методы оценки экономической и коммуникативной эффективности маркетинговой деятельности в сети Интернет
ДПК-16	Способность выбирать и обосновывать показатели результативности маркетинговой деятельности компании. Способность применять современные информационные технологии для обработки информации в соответствии с поставленной управленческой задачей, способность анализировать результаты проведенных расчетов, умение обоснованно формулировать управленческие рекомендации в области маркетинговой деятельности компании