

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович

Должность: ректор

Дата подписания: 18.03.2022 15:50:08

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
**“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”**

УТВЕРЖДАЮ

Ректор \_\_\_\_\_ С.С. Юров

« 27 » августа 2021г.

**ПРОГРАММА ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ  
ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ**

**«Бренд-стратегия»**

сфера деятельности: «Менеджмент»

**форма обучения:  
очно-заочная**

**Москва –2021**

Разработчик программы профессиональной переподготовки:

Дымова С.С. – кандидат экономических наук, доцент, первый проректор АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

Кожанов А.С. – член Совета Ассоциации брендинговых компаний России, член Московского Союза художников.

Разработчики рабочих программ:

Матюшкин В.С.- кандидат психологических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга

Федоров А.В. – старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга

Толкачев А.Н. – кандидат юридических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга

Рецензент: Кривошекова Г.А., кандидат философских наук, генеральный директор ООО Научно-консалтинговый центр инноваций и социальных технологий «Инсайт»

Программа рекомендована к реализации Ученым советом АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» «27» августа 2021 г. Протокол № 04-21

## Содержание

- 1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ
- 2 ХАРАКТЕРИСТИКА НОВОГО ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, НОВОЙ КВАЛИФИКАЦИИ
- 3 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ
- 4 ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПУСКНИКУ, ПРОВЕРЯЕМЫЕ В ХОДЕ АТТЕСТАЦИОННЫХ ИСПЫТАНИЙ
- 5 ПОРЯДОК ФОРМИРОВАНИЯ И СОСТАВ АТТЕСТАЦИОННОЙ КОМИССИИ
- 6 ПОРЯДОК ПОДГОТОВКИ И ПРОВЕДЕНИЯ ИТОГОВОГО ЭКЗАМЕНА
- 7 ВОПРОСЫ ЭКЗАМЕНУ
- 8 ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ
- 9 КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ЧЛЕНАМИ АТТЕСТАЦИОННОЙ КОМИССИИ

## 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Итоговая аттестация представляет собой форму оценки степени и уровня освоения обучающимися образовательной программы. Итоговая аттестация проводится на основе принципов объективности и независимости оценки качества подготовки обучающихся. Итоговая аттестация является обязательной для обучающихся, завершающих обучение по дополнительной профессиональной программе профессиональной переподготовки.

Видом итоговой аттестации выпускников по ДПП программе профессиональной переподготовки «Бренд-стратегия», сфера деятельности «Менеджмент» является итоговый экзамен.

Выпускники, успешно прошедшие итоговую аттестацию, получают диплом о профессиональной переподготовке. Обучающиеся, не прошедшие итоговую аттестацию или получившие на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, вправе пройти повторно итоговую аттестацию в сроки, определяемые Институтом. Обучающимся, не прошедшим итоговую аттестацию по уважительной причине (по медицинским показаниям или в других исключительных случаях, документально подтвержденных) предоставляется возможность пройти итоговую аттестацию без отчисления из Института, в соответствии с медицинским заключением или другим документом, предъявленным обучающимся, или с восстановлением на дату проведения итоговой аттестации. В случае, если он был направлен на обучение предприятием (организацией), данный вопрос согласовывается с данным предприятием (организацией). Выпускникам, не прошедшим итоговую аттестацию, или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, выдается справка об обучении или о периоде обучения по образцу, установленному Институтом.

По результатам итоговой аттестации по дополнительной профессиональной программе профессиональной переподготовки слушатель имеет право подать письменное заявление об апелляции по вопросам, связанным с процедурой проведения итоговых аттестационных испытаний, не позднее следующего рабочего дня после объявления результатов итогового аттестационного испытания.

Оценка качества освоения ДПП проводится в отношении соответствия результатов освоения программы заявленным целям и планируемым результатам обучения.

## 2. ХАРАКТЕРИСТИКА НОВОГО ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, НОВОЙ КВАЛИФИКАЦИИ

*а) Область профессиональной деятельности слушателя, прошедшего обучение по программе профессиональной переподготовки для выполнения нового вида профессиональной деятельности, включает:*

- управленческая деятельность в организациях любой организационно-правовой формы;
- предпринимательская и организационная деятельность;
- предметные системы и комплексы;
- информационное пространство.

*б) Объектами профессиональной деятельности являются:*

- предметно-пространственная среда, удовлетворяющая потребности человека;
- процессы управления организацией;
- научно-исследовательские процессы.

*в) Слушатель, успешно завершивший обучение по данной программе, должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:*

*организационно-управленческая:*

- организация творческих коллективов (команд) для решения организационно-

- управление задач и руководство ими;
- организация и управление маркетинговой деятельностью
- разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации.

*аналитическая:*

- поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений;
- анализ существующих форм организации и процессов управления, разработка и обоснование предложений по их совершенствованию;
- проведение оценки эффективности проектов с учетом фактора неопределенности;

*научно-исследовательская:*

- организация проведения научных исследований: определение заданий для групп и отдельных исполнителей, выбор инструментария исследований, анализ их результатов, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, подготовка обзоров и отчетов по теме исследования;
- разработка моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов.

*г) уровень квалификации в соответствии с профессиональным стандартом*

- Уровень квалификации – седьмой (Профессиональный стандарт «Маркетолог»

Профессиональный стандарт «Маркетолог» (утв. Приказом Министерства труда и социальной защиты РФ 04 июня 2018г. № 3664, рег. номер 1134)

Трудовые функции соответствующего уровня квалификации	Декомпозиция компетенций для выполнения трудовых функций		
	Практический опыт	знание	умение
Управление оперативной деятельностью подразделения для эффективного выполнения задач	Планирование работы в соответствии с существующими требованиями Управление работами Осуществление развития персонала в технологиях Осуществление саморазвития в технологиях Руководство изменениями технологии, рационализаторством	Локальные нормативные акты организации. Процессы бизнес-планирования. Методы мотивации и стимулирования персонала. Способы и механизмы саморазвития в технологиях. Теория и практика управления организацией и процессами	Планировать деятельность предприятия и коллектива. Рационально использовать методы мотивации и стимулирования персонала. Осуществлять саморазвитие в технологиях Предвидеть риски и производить изменения
Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации	Разработка мер по внедрению инновационных товаров (услуг). Создание нематериальных активов (брендов) в организации и управление ими. Разработка и реализация комплекса	Способы продвижения новых товаров и услуг, брендов компании Методы управления потребительским поведением Алгоритм разработки и реализации создания атрибутов бренда.	Разрабатывать меры по внедрению инновационных товаров (услуг). Создавать нематериальные активы (бренды) в организации и управлять ими. Разрабатывать и реализовывать

	<p>мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг).          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)</p>	<p>Методы и инструменты маркетингового анализа, критерии эффективной презентации полученных результатов и предложений по совершенствованию</p>	<p>комплекс мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг).          Разрабатывать технических заданий на создание атрибутов бренда;          Реализовывать программы повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации;          Готовить рекомендации для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)</p>
<p>Управление рекламной компанией</p>	<p>Разработка планов рекламных мероприятий по одному виду или группе товаров (услуг)          Участие в формировании рекламной стратегии.          Осуществление выбора форм и методов рекламы в средствах массовой информации, их текстового, цветового и музыкального оформления.          Организация разработку рекламных текстов, плакатов, проспектов, каталогов, буклетов, контроль их качества</p>	<p>Содержание и виды рекламных, коммуникационных кампаний, способы их организации, обработки и анализа результатов от их проведения.          Специфику и требования к размещению рекламы в СМИ и в окружающей среде</p>	<p>Разрабатывать планы рекламных мероприятий по одному виду или группе товаров (услуг)          Осуществлять выбор форм и методов рекламы в средствах массовой информации, их текстового, цветового и музыкального оформления.          Организовывать разработку рекламных текстов, плакатов, проспектов, каталогов, буклетов, контроль их качества</p>

### 3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дополнительной профессиональной программы профессиональной переподготовки «Бренд-дизайн» выпускнику необходимо продемонстрировать совершенствование компетенций: ОК-1, ОК-2, и сформированность новых компетенций: ОПК-1, ПК1, ПК-2, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ДПК-1, ДПК-2

Компетенции	Знать	уметь	владеть
-------------	-------	-------	---------

<p><b>ОК-1</b> - Способность к коммуникации в устной и письменной формах для решения профессиональных задач</p>	<p>Систему коммуникаций в устной и письменной формах, нормы и правила делового общения</p>	<p>Устанавливать коммуникации в устной и письменной формах с работниками организации и внешними заказчиками для решения профессиональных задач, использовать эффективные источники передачи информации</p>	<p>Навыками коммуникации в устной и письменной формах для решения профессиональных задач</p>
<p><b>ОК-2</b> - Способность к самоорганизации и самообразованию</p>	<p>Систему самоорганизации и самообразования, виды самооценки, уровни притязаний, их влияние на результат образовательной и профессиональной деятельности, способы профессионального развития</p>	<p>самостоятельно оценивать роль новых знаний, навыков и компетенций в профессиональной деятельности, оценивать необходимость и возможность социальной и профессиональной адаптации, оценивать и прогнозировать последствия своей социальной и профессиональной деятельности</p>	<p>навыками познавательной деятельности, поиска методов решения практических задач, формами и методами самообучения и самоконтроля</p>
<p><b>ОПК-1</b>- Способность находить организационно-управленческие решения и нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений</p>	<p>Корпоративные стандарты и методики адаптации ключевых сотрудников, правила и нормы охраны труда, техники безопасности, производственной санитарии и противопожарной защиты, методы и технологии предупреждения (разрешения) конфликтов</p>	<p>Моделировать развитие событий и оценивать их возможные последствия, планировать свою деятельность и деятельность организации в зоне ответственности, принимать системные решения в конкретных ситуациях в соответствии с ценностями и политикой организации</p>	<p>Навыками информирования сотрудников о нормах и правилах обеспечения культуры организации, составления прогнозов развития персонала, создания благоприятного социально-психологического климата в коллективе.</p>

<p><b>ПК-1</b> Владение навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения оперативных управленческих задач, также для организации групповой работы</p>	<p>Законодательные и правовые акты и методические материалы по вопросам труда и социального развития ключевого персонала предприятия, методы оценки работников и результатов их труда, количественного и качественного состава персонала, основы трудовой мотивации персонала</p>	<p>Осуществлять сотрудничество и взаимодействие в рамках корпоративной этики, оценивать индивидуальный вклад сотрудников в достижение общих целей, их реальные и потенциальные возможности, принимать на себя обязательства и ограничения, установленные на предприятии в рамках корпоративной и профессиональной этики</p>	<p>навыками обеспечения предприятия квалифицированным персоналом, формирования программ социально-психологической адаптации и ввода в должность новых сотрудников, формулирования основных положений и требований должностных инструкций</p>
<p><b>ПК-2</b> - Владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде</p>	<p>Методы определения и оценки личностных и профессиональных компетенций при проектировании организационных коммуникаций, основы общей и социальной психологии, социологии и психологии труда, этики делового общения, закономерности зарождения, возникновения, развития, разрешения и завершения конфликтов любого уровня в трудовом коллективе</p>	<p>Развивать творческую инициативу работников в межкультурной среде, координируя их деятельность в рамках структурных подразделений, четко определять критерии и уровни удовлетворенности персонала предприятия, принимать решения по оплате труда подчиненных с учетом их личного вклада в общие результаты работы с целью избегания конфликтных ситуаций</p>	<p>Методами управления межличностными отношениями, формирования команд, развития лидерства и исполнительности, определения удовлетворенности работой, навыками анализа внутренних коммуникаций персонала, методами решения кадровых проблем и трудовых конфликтов, навыками применения к работникам мер поощрения и дисциплинарного взыскания при разрешении конфликтных ситуаций</p>



<p><b>ПК-6</b> - Способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений</p>	<p>Модели и методы управления проектом на стадиях его разработки и реализации, их возможности и ограничения, порядок использования, основные процессы и подсистемы проектного управления, формы организации труда над проектом в ходе его разработки и реализации</p>	<p>Использовать методы качественного и количественного анализа проекта в ходе его концептуальной проработки, использовать проектный анализ, организовывать систему управления проектом, контролировать ход выполнения проекта</p>	<p>навыками управления проектом, его организацией, планированием, реализацией и интеграцией, навыками управления поставками, рисками и человеческими ресурсами в ходе управления проектами, методами и приемами анализа управленческих процессов</p>
<p><b>ПК-7</b> - 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</p>	<p>Технологические и организационные основы разработки, выбора и принятия управленческих решений, основные методы разработки, выбора и принятия управленческих решений, критерии принципы, методы, инструменты оценки эффективности управленческих решений</p>	<p>Ставить цели и формулировать задачи, направленные на реализацию профессиональных функций руководителя, осуществлять отбор методических приемов разработки, выбора и принятия управленческих решений, осуществлять социально-экономическую оценку результатов принятия и реализации управленческих решений</p>	<p>Методами определения приоритетов целевой ориентации управленческих решений, навыками анализа альтернативных вариантов управленческих решений в условиях определенности, неопределенности и рисков, навыками мониторинга выполнения принятого управленческого решения</p>

<p><b>ПК-8</b> - Владеет навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.</p>	<p>сущность, направления и виды документационного обеспечения управления; понятие информации, используемой в управленческой деятельности</p>	<p>осуществлять информационное обеспечение процесса разработки решений; оформлять реквизиты отдельных видов управленческих документов в соответствии с правилами, установленными нормативными документами, и языковыми требованиями к оформлению реквизитов управленческих документов; проектировать и организовывать процесс принятия решений</p>	<p>способностью к работе в условиях большого объема неструктурированной информации; навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.</p>
<p><b>ДПК-1</b> - Способность проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, интерпретировать полученные результаты и использовать их для принятия управленческих решений.</p>	<p>Основные понятия, виды и методы проведения маркетинговых исследований поведения потребителей, принципы и механизм разработки программы продвижения продукции организации и привлечения потребителей, теоретические основы управления текущей деятельностью подразделения</p>	<p>эффективно использовать инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей, разрабатывать программы продвижения продукции организации и привлечения потребителей, управлять текущей деятельностью подразделения</p>	<p>основными способами и методами проведения маркетинговых исследований, навыками разработки программ продвижения продукции организации и привлечения потребителей, навыками управления текущей деятельностью подразделения</p>

<p><b>ДПК-2</b> - Способность разрабатывать и управлять коммуникационными системами, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами</p>	<p>Основные термины и понятия в области коммуникационных систем, принципы интегрирования различных средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, основы формирования имиджа и управления брендами</p>	<p>Использовать методы управления коммуникационными системами, умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, умеет формировать имидж организации.</p>	<p>Основными способами и методами управления коммуникационными системами, навыками интеграции различных средств продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, навыками формирования имиджа организации и управления брендами</p>
---	--	---	---

### **3.ТРЕБОВАНИЯ К ВЫПУСКНИКУ, ПРОВЕРЯЕМЫЕ В ХОДЕ АТТЕСТАЦИОННЫХ ИСПЫТАНИЙ**

Итоговая аттестация включает сдачу междисциплинарного итогового экзамена по направлению подготовки в устной форме с использованием экзаменационных билетов.

В процессе ответов на вопросы выпускник должен продемонстрировать полученные профессиональные знания и умения, аргументированно подтвердить приобретенные навыки по вопросам экзаменационного билета, а также при ответе на дополнительные вопросы членов итоговой аттестационной комиссии.

### **4.ПОРЯДОК ФОРМИРОВАНИЯ И СОСТАВ АТТЕСТАЦИОННОЙ КОМИССИИ**

Для проведения итогового экзамена, формируется аттестационная комиссия. Аттестационную комиссию возглавляет председатель, который организует и контролирует ее деятельность, обеспечивает единство требований, предъявляемых к выпускникам.

Председателем аттестационной комиссии по программе ДПП профессиональной переподготовки, как правило, является лицо, не работающее в Институте из числа ведущих специалистов или руководителей организаций, по профилю осваиваемой слушателями программы.

Состав аттестационной комиссии по программе ДПП профессиональной переподготовки может формироваться как из числа лиц, приглашаемых из сторонних организаций: профессорско-преподавательского состава, научных работников других образовательных организаций, так и из педагогических работников образовательной организации, реализующей данную ДПП.

Председатель и состав итоговой аттестационной комиссии по программе профессиональной переподготовки утверждаются приказом ректора института.

К функциям аттестационной комиссии относятся:

- комплексная оценка уровня знаний и умений, компетенции выпускников с учетом целей обучения, вида ДПП ПП, установленных требований к результатам освоения программы;

- рассмотрение вопросов о предоставлении выпускникам по результатам освоения ДПП ПП права заниматься профессиональной деятельностью в определенной области и присвоении квалификации.

Результаты итоговых экзаменов, проводимых в устной или письменной форме,

объявляются после оформления и подписания протоколов заседаний аттестационной комиссии.

Заседания итоговых аттестационных комиссий оформляются протоколами, которые подписываются председателем аттестационной комиссии (в случае отсутствия председателя - его заместителем), секретарем итоговой аттестационной комиссии и хранятся в архиве Института согласно номенклатуре дел.

Отчеты председателя о работе аттестационной комиссии вместе с рекомендациями по совершенствованию качества реализации программы профессиональной переподготовки могут быть предоставлены ректору Института.

## **5. ПОРЯДОК ПОДГОТОВКИ И ПРОВЕДЕНИЯ ИТОГОВОГО ЭКЗАМЕНА**

Итоговая аттестация предполагает проверку результатов освоения программы профессиональной переподготовки, т.е. оценку сформированности компетенций, предусмотренных программой.

Аттестация осуществляется в форме междисциплинарного комплексного экзамена.

Итоговый экзамен проводится в форме собеседования, один из вопросов носит теоретический характер, другой направлен на выявление умений, оценку опыта деятельности (решение практического задания). Теоретический вопрос содержится в экзаменационном билете установленного Институтами образца.

В момент поступления на обучение по ДПП профессиональной переподготовки, обучающемуся предоставляется для ознакомления учебный план, расписание учебных занятий, требования к освоению учебных дисциплин, форма итоговой аттестации.

Вопросы для итогового экзамена, состав аттестационной комиссии, дни консультаций и другую информацию обучающиеся получают после окончания первого семестра, за 2-4 месяца до начала итоговой аттестации. Дата и время проведения итогового экзамена доводятся до сведения всех членов аттестационной комиссии и выпускников не позднее, чем за 30 дней до итогового аттестационного испытания.

На подготовку к ответу выпускнику дается не более 20 минут.

Длительность беседы с одним выпускником, как правило, составляет 0,3 -0,5 часа.

Общая длительность итогового экзамена не может превышать 8 астрономических часов.

Оценка выставляется в соответствии с критериями, приведенными в п. 9 настоящей программы по 4-х балльной системе. Итоговая оценка определяется по окончании итогового экзамена, где члены аттестационной комиссии обсуждают и оценивают ответы на закрытом заседании. По окончании заседания результаты объявляются Председателем аттестационной комиссии.

Результаты аттестационного испытания, проводимого в устной форме, объявляются в день его проведения. По результатам аттестационных испытаний обучающийся имеет право на апелляцию.

## **6. ВОПРОСЫ К ИТОГОВОМУ ЭКЗАМЕНУ**

1. Определение понятия «менеджмент». Соотношение понятий «управление» и «менеджмент». Подходы к определению сущности менеджмента. Цели, задачи и основные категории менеджмента.

2. Исторические предпосылки развития менеджмента. Этап раннего менеджмента. Школы менеджмента, их вклад в развитие менеджмента.

3. Современные подходы в менеджменте (процессный, системный, ситуационный). Основные исторические этапы и тенденции развития менеджмента за рубежом.

4. Основные исторические этапы и тенденции развития менеджмента в России. Сравнительная характеристика национальных моделей менеджмента.

5. Сущность понятия «организация». Классификация организаций. Теории

жизненного цикла организации.

6. Модели структуры организации. Элементы внешней и внутренней среды организации.
7. Сущность понятия «менеджер». Основные требования, предъявляемые к менеджеру. Управленческие роли менеджера и типы его поведения.
8. Сущность и классификация принципов менеджмента. Методы менеджмента: сущность и подходы к классификации.
9. Общее понятие эффективности менеджмента, классификация методов и показателей эффективности менеджмента.
10. Прогнозирование: сущность, виды и методы.
11. Понятие цели и ее роль в менеджменте. Виды целей в менеджменте. Формирование и ранжирование целей.
12. Понятие и принципы планирования. Необходимость планирования в социально-экономической организации.
13. Предмет и метод брендинга. Суть, цель и задачи брендинга. Основные понятия в брендинге. Различие между терминами «бренд» и «товарный знак»
14. Основные функции бренда. Определение бренда в рамках подхода «имиджа бренда». Структурообразующие элементы архитектуры бренда.
15. Определение идентичности бренда. Отличие идентичности от имиджа бренда.
16. Дифференцирование бренда компании от брендов конкурентов.
17. Позиционирование. Основные виды стратегий позиционирования бренда.
18. Основные принципы управления портфелем брендов.
19. Основные особенности концепции «капитала бренда». Определение «капитала бренда». Как капитал бренда создает ценность для потребителя? Составляющие элементы «капитала бренда».
20. Основные показатели эффективности бренда, их определения.
21. Пирамида бренда. Коммуникационное поле бренда. Интернет как средство коммуникации и становления бренда.
22. Бенчмаркинг. Креатив: технологии. Звезда бренда Т. Гэда. Ребрендинг.
23. Товарный знак и фирменное наименование. Регистрация товарных знаков (знаков обслуживания). Фирменный стиль как составная часть брендинга
24. Типы коллективных брендов, существующих в странах с развитой рыночной экономикой.
25. Предмет и задачи корпоративного бренд-менеджмента. История зарождения брендинга.
26. Причины возникновения бренда. Сравнение западного и европейского подходов к брендингу.
27. Образ торговой марки. Факторы, влияющие на формирование образа марки. Методики для исследования образа торговой марки.
28. Позиционирование и репозиционирование бренда. Коммуникационное управление брендом.
29. Разработка бренда и стратегия его продвижения на российском рынке.
30. Психологические и психосемантические аспекты позиционирования бренда.
31. Разработка программы исследования образа торговой марки и программы формирования лояльности марке.
32. Существующие методики оценки результативности бренда.
33. Кросскультурные особенности брендинга.
34. Комплексный подход к изучению и продвижению бренда.
35. Управление брендами в дизайне. Этапы создания бренда в дизайне. Этапы жизненного цикла бренда.
36. Определение идентичности бренда. Отличие идентичности от имиджа бренда.
37. Бенчмаркинг. Креатив: технологии.
38. Фирменный стиль как составная часть брендинга в дизайне.
39. Интернет как средство коммуникации и становления бренда. Онлайн-овые

коммуникации бренда.

40. Причины и механизм ликвидации брендов. Признаки и тесты определения ослабления бренда (на примере сферы услуг).

41. Анализ эффективности использования корпоративных торговых марок для продвижения компании и её продукции.

42. Использование проективных методик при определении позиционирования бренда.

43. Психосемантические методы в исследованиях бренда. Легенды брендинга. Восприятие бренда покупателями.

44. Влияние потребителей на концепцию и развитие лидирующих брендов.

45. Анализ ошибок в креативных технологиях и коммуникациях при создании новых брендов.

46. Методики анализа бренда (метод BrandDynamics, 8 метрик ROBI). Измерение и анализ имиджа бренда. Оценка коммерческого потенциала бренда.

47. Системный подход к обновлению брендов. Алгоритм проведения ребрендинга.

48. Расширение бренда. Этапы расширения бренда. Варианты расширения бренда. Возможности роста.

49. Управление брендом на различных этапах его жизненного цикла.

50. Управление кризисом в брендинге, разработка антикризисного плана.

51. Маркетинг как фактор конкурентоспособности фирмы.

52. Сущность конкуренции и значение маркетинговой стратегии в конкурентной борьбе. Понятие конкурентных преимуществ, конкурентоспособности товара, конкурентоспособности фирмы.

53. Модель пяти конкурентных сил Портера.

54. Принципы конкурентоспособности в процессе планирования маркетинговой деятельности фирмы.

55. Типы конкурентных стратегий.

56. Стратегический и операционный маркетинг. Концепция стратегического маркетинга. Основные задачи операционного маркетинга

57. Базовые маркетинговые стратегии. Классификация стратегий роста.

Этапы разработки маркетинговой стратегии компании.

58. Цель и задачи маркетингового контроллинга.

59. Цель и основные задачи стратегического анализа. Рыночные параметры и методические инструменты, которые рассматриваются при проведении анализа внешней среды, внутренней среды.

60. Стратегические матрицы. Стратегия партизанского маркетинга. Стратегия лидера на рынке. Стратегия преследователя лидера на рынке. Стратегия фланговой атаки. Стратегия завоевания ниши рынка. Стратегия «голубого океана».

61. Исследовательская часть маркетинговой стратегии.

62. Креативная часть маркетинговой стратегии.

63. Процесс потребительского принятия решения о покупке как оценки различных атрибутов продукта

64. Процесс оценки и формирования потребителем альтернатив (вариантов) покупки.

65. Характеристика основных причин повторных покупок и формирования приверженности потребителя к конкретной торговой фирме

66. Социальная ответственность коммерческих организаций за результаты своей деятельности.

67. Основные права потребителей в РФ.

68. Классификации потребностей и мотивов потребительского поведения.

69. Личность потребителя с позиций отечественной психологии (самосознание, локус контроля, ценностно-целевая сфера).

70. Методы для нахождения и определения мотивов и желаний потребителей.

## 7. ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Альтшуллер И.Г. О стратегии и маркетинге и консалтинге. Занимательно-для внимательных. / И.Г. Альтшуллер – М.: Изд. дом «Дело», 2016.-439с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=442963](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=442963)
2. Анцупов А.Я. Стратегическое управление. изд. 3-е., и перераб., М.: ТЕХНОСФЕРА, 2015. – 344с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=444848](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=444848)
3. Ганаева Е.А. Разработка маркетинговой стратегии организации: учебное пособие / Е.А. Ганаева. – М.: ФЛИНТА, 2015.-112с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=271818](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=271818)
4. Герчикова И.Н., Менеджмент. Учебник, М.: Юнити-Дана, 2015. -510с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=114981&sr=1](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114981&sr=1)
5. Джоббер Д., Ланкастер Дж. Продажи и управление продажами: учебное пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.-622с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=114548](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=114548)
6. Джон Иган. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений: учебник для студентов вузов. / Дж. Иган; пер. с англ. Е.Э. Лалаян. – 2-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.-375с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=114710](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=114710)
7. Дубровин И.А. Поведение потребителей: учебное пособие / И.А. Дубровин. – 4-е изд. – М.: изд.-торговая корпорация «Дашков и К», 2016-310с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=450723](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=450723)
8. Кент Т. Розничная торговля: учебник для студентов вузов / Т.Кент, О.Омар; пер. с англ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.-719с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=117685](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=117685)
9. Коваленко Б.Б., Основы менеджмента: Учебное пособие, СПб.: НИУ ИТМО, 2013, - 76 с. / Образовательный портал ЕДИНОЕ ОКНО Режим доступа: <http://window.edu.ru/catalog/pdf2txt/251/80251/60663>
10. Кожемяко А.П. Эра умных продаж. Стратегии и управление / А.П. Кожемяко. – МФПУ «Синергия», 2014.-288с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=429479](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=429479)
11. Кузнецов П.А. Современные технологии коммерческой рекламы: практическое пособие / П.А. Кузнецов, - М.: изд.-торговая корпорация «Дашков и К», 2016-296с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=345403](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=345403)
12. Ляско А.К. Стратегический менеджмент: современный учебник / А.К. Ляско. – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2013. – 488с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=444244](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=444244)
13. Макашев М. О. Бренд: учебное пособие. М.: Юнити-Дана, 2015. Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=114390&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114390&sr=1)
14. Макарова Т.Н. Поведение потребителей: практикум/ Т.Н. Макарова. – М.-Берлин: Директ-Медиа, 2015.-166с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=364863](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=364863)
15. Меликян О.М. Поведение потребителей: Учебник / О.М. Меликян. – 4-е изд.- М.: изд.-торговая корпорация «Дашков и К», 2016-280с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=453281](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=453281)
16. Панов А.И. Стратегический менеджмент: учебное пособие / А.И. Панов, И.О. Коробейников, В.А. Панов. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015.-302 с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=436797](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=436797)
17. Павлова О.В. Стратегический менеджмент: учебно-методическое пособие / О.В. Павлова. – ИПЦ САФУ, 2013 – 115с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=436384](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=436384)
18. Поведение потребителей: учебное пособие для студентов вузов / под.ред. Н.И. Лыгиной, Г.А. Васильева. – 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. –

- 238с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=117714](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=117714).
19. Родионова Е.В. Стратегическое управление организациями: учебное пособие / Е.В. Родионова, А.Н. Рида. – Йошкар-Ола: ПГТУ, 2015.-272с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=437109&sr=1](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=437109&sr=1)
20. Ткаченко Н.В. Креативная реклама. Технологии проектирования: учеб. пособие для студентов вузов / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко; под. ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. -335с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=114422](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=114422)
21. Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: учебник для вузов / пер. с англ. под ред. Л.Г.Зайцева, М.И. Соколовой. – М: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2015. - 577с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=436856](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=436856)
22. Управление маркетингом: учебное пособие для студентов вузов / под. ред. А.В. Короткова, И.М. Синяевой. - 2-е изд. пер.и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.-463с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=114556](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=114556)
23. Фомичев А.Н. Стратегический менеджмент: учебник для вузов / А.Н. Фомичев. – М.: Изд.-торг. копорация «Дашков и К», 2014. – 468с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=253802](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=253802)
24. Хорн С. Как выделить свой бренд из толпы / С. Хорн; пер. с англ. И.В. Гродель. – Минск: Попурри, 2014 – 180с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=430566](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=430566)
25. Шарков Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учебное пособие / Ф.И. Шарков. – 3-е изд. – М.: Изд.-торг. корпорация «Дашков и К», 2015. – 270с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=452896](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=452896)
26. Шаймиева Э.Ш. Стратегический менеджмент. 6 учебное пособие / Э.Ш. Шаймиева.- Казань: изд-во «Познание» Институт экономики, управления и права, 2014-136с. Режим доступа: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_view\\_red&book\\_id=257829](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=257829)

#### **Информационно-библиотечные ресурсы (ссылки на официальные сайты):**

1. Справочная правовая система «Консультант плюс».
2. Справочная правовая система «Консультант плюс. Регионы».
3. Справочная правовая система «Гарант».
4. Biblioclub.ru – университетская библиотечная система online

## **8. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ЧЛЕНАМИ АТТЕСТАЦИОННОЙ КОМИССИИ**

При осуществлении оценки уровня сформированности компетенций, умений и знаний обучающихся и выставлении отметки используется аддитивный принцип (принцип «сложения»):

оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, не показавшему освоение планируемых результатов (знаний, умений, компетенций), предусмотренных программой, допустившему серьезные ошибки в ответах на вопросы экзаменационного билета, вопросов и заданий членов аттестационной комиссии;

оценку «удовлетворительно» заслуживает обучающийся, показавший частичное освоение планируемых результатов (знаний, умений, компетенций), предусмотренных программой, сформированность не в полной мере новых компетенций и профессиональных умений для осуществления профессиональной деятельности, знакомый с литературой, публикациями по программе и продемонстрировавший это при ответе на вопросы экзаменационного билета, дополнительные вопросы и задания членов аттестационной комиссии;



оценку «хорошо» заслуживает обучающийся, показавший освоение планируемых результатов (знаний, умений, компетенций), предусмотренных программой, изучивших литературу, рекомендованную программой, способный к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшего обучения и профессиональной деятельности, продемонстрировавший это при ответе на вопросы экзаменационного билета, дополнительные вопросы и задания членов аттестационной комиссии;

оценку «отлично» заслуживает обучающийся, показавший полное освоение планируемых результатов (знаний, умений, компетенций), всестороннее и глубокое изучение литературы, публикаций; умение выполнять задания с привнесением собственного видения проблемы, собственного варианта решения практической задачи, проявивший творческие способности в понимании и применении на практике содержания обучения и продемонстрировавший это при ответе на вопросы экзаменационного билета, дополнительные вопросы и задания членов аттестационной комиссии.

Детализация по шкалам и критериям оценки уровня сформированности компетенций представлена в таблице:



## КОМПЕТЕНЦИИ И КРИТЕРИИ ИХ ОЦЕНИВАНИЯ

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения			
		неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
ОК-1	<b>Знает:</b> Систему коммуникаций в устной и письменной формах, нормы и правила делового общения	Не имеет представления о системе коммуникаций в устной и письменной формах, нормах и правилах делового общения	Имеет фрагментарные представления о системе коммуникаций в устной и письменной формах, нормах и правилах делового общения	Знает не в полном объеме систему коммуникаций в устной и письменной формах, нормы и правила делового общения	Знает в полном объеме систему коммуникаций в устной и письменной формах, нормы и правила делового общения
	<b>Умеет:</b> Устанавливать коммуникации в устной и письменной формах с работниками организации и внешними заказчиками для решения профессиональных задач, использовать эффективные источники передачи информации	Не умеет устанавливать коммуникации в устной и письменной формах с работниками организации и внешними заказчиками для решения профессиональных задач, использовать эффективные источники передачи информации	Умеет частично устанавливать коммуникации в устной и письменной формах с работниками организации и внешними заказчиками для решения профессиональных задач, использовать эффективные источники передачи информации	Умеет не в полном объеме устанавливать коммуникации в устной и письменной формах с работниками организации и внешними заказчиками для решения профессиональных задач, использовать эффективные источники передачи информации	Умеет в полном объеме устанавливать коммуникации в устной и письменной формах с работниками организации и внешними заказчиками для решения профессиональных задач, использовать эффективные источники передачи информации
	<b>Владеет:</b> Навыками коммуникации в устной и письменной формах для решения профессиональных задач	Не владеет навыками коммуникации в устной и письменной формах для решения профессиональных задач	Владеет отдельными навыками коммуникации в устной и письменной формах для решения профессиональных задач	Владеет основными навыками коммуникации в устной и письменной формах для решения профессиональных задач	Свободно владеет навыками коммуникации в устной и письменной формах для решения профессиональных задач

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения			
		неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
ОК-2	<b>Знает:</b> Систему самоорганизации и самообразования, виды самооценки, уровни притязаний, их влияние на результат образовательной и профессиональной деятельности, способы профессионального развития	Не имеет представления о системе самоорганизации и самообразования, видах самооценки, уровнях притязаний, их влиянии на результат образовательной и профессиональной деятельности, способах профессионального развития	Имеет фрагментарные представления о системе самоорганизации и самообразования, видах самооценки, уровнях притязаний, их влиянии на результат образовательной и профессиональной деятельности, способах профессионального развития	Знает не в полном объеме систему самоорганизации и самообразования, виды самооценки, уровни притязаний, их влияние на результат образовательной и профессиональной деятельности, способы профессионального развития	Знает в полном объеме систему самоорганизации и самообразования, виды самооценки, уровни притязаний, их влияние на результат образовательной и профессиональной деятельности, способы профессионального развития
	<b>Умеет:</b> самостоятельно оценивать роль новых знаний, навыков	Не умеет самостоятельно оценивать роль новых знаний, навыков и	Умеет частично самостоятельно оценивать роль новых знаний, навыков и	Умеет не в полном объеме самостоятельно оценивать роль новых знаний, навыков	Умеет в полном объеме самостоятельно оценивать роль новых знаний, навыков

	и компетенций в профессиональной деятельности, оценивать необходимость и возможность социальной и профессиональной адаптации, оценивать и прогнозировать последствия своей социальной и профессиональной деятельности	компетенций в профессиональной деятельности, оценивать необходимость и возможность социальной и профессиональной адаптации, оценивать и прогнозировать последствия своей социальной и профессиональной деятельности	компетенций в профессиональной деятельности, оценивать необходимость и возможность социальной и профессиональной адаптации, оценивать и прогнозировать последствия своей социальной и профессиональной деятельности	и компетенций в профессиональной деятельности, оценивать необходимость и возможность социальной и профессиональной адаптации, оценивать и прогнозировать последствия своей социальной и профессиональной деятельности	и компетенций в профессиональной деятельности, оценивать необходимость и возможность социальной и профессиональной адаптации, оценивать и прогнозировать последствия своей социальной и профессиональной деятельности
	<b>Владеет:</b> навыками познавательной деятельности, поиска методов решения практических задач, формами и методами самообучения и самоконтроля	Не владеет навыками познавательной деятельности, поиска методов решения практических задач, формами и методами самообучения и самоконтроля	Владеет отдельными навыками познавательной деятельности, поиска методов решения практических задач, формами и методами самообучения и самоконтроля	Владеет основными навыками познавательной деятельности, поиска методов решения практических задач, формами и методами самообучения и самоконтроля	Свободно владеет навыками познавательной деятельности, поиска методов решения практических задач, формами и методами самообучения и самоконтроля

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения			
		неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
<b>ОПК-1</b>	<b>Знает:</b> Корпоративные стандарты и методики адаптации ключевых сотрудников, правила и нормы охраны труда, техники безопасности, производственной санитарии и противопожарной защиты, методы и технологии предупреждения (разрешения) конфликтов	Не имеет представления о корпоративных стандартах и методиках адаптации ключевых сотрудников, правилах и нормах охраны труда, технике безопасности, производственной санитарии и противопожарной защите, методах и технологиях предупреждения (разрешения) конфликтов	Имеет фрагментарные представления о корпоративных стандартах и методиках адаптации ключевых сотрудников, правилах и нормах охраны труда, технике безопасности, производственной санитарии и противопожарной защите, методах и технологиях предупреждения (разрешения) конфликтов	Знает не в полном объеме корпоративные стандарты и методики адаптации ключевых сотрудников, правила и нормы охраны труда, техники безопасности, производственной санитарии и противопожарной защиты, методы и технологии предупреждения (разрешения) конфликтов	Знает в полном объеме корпоративные стандарты и методики адаптации ключевых сотрудников, правила и нормы охраны труда, техники безопасности, производственной санитарии и противопожарной защиты, методы и технологии предупреждения (разрешения) конфликтов
	<b>Умеет:</b> Моделировать развитие событий и оценивать их возможные последствия, планировать свою	Не умеет моделировать развитие событий и оценивать их возможные последствия, планировать свою деятельность и	Умеет моделировать развитие событий и оценивать их возможные последствия, планировать свою деятельность и деятельность	Умеет не в полном объеме моделировать развитие событий и оценивать их возможные последствия, планировать свою	Умеет в полном объеме моделировать развитие событий и оценивать их возможные последствия, планировать свою

деятельность и деятельность организации в зоне ответственности, принимать системные решения в конкретных ситуациях в соответствии с ценностями и политикой организации	деятельность организации в зоне ответственности, принимать системные решения в конкретных ситуациях в соответствии с ценностями и политикой организации	организации в зоне ответственности, принимать системные решения в конкретных ситуациях в соответствии с ценностями и политикой организации	деятельность и деятельность организации в зоне ответственности, принимать системные решения в конкретных ситуациях в соответствии с ценностями и политикой организации	деятельность и деятельность организации в зоне ответственности, принимать системные решения в конкретных ситуациях в соответствии с ценностями и политикой организации
<b>Владеет:</b> Навыками информирования сотрудников о нормах и правилах обеспечения культуры организации, составления прогнозов развития персонала, создания благоприятного социально-психологического климата в коллективе.	Не владеет навыками информирования сотрудников о нормах и правилах обеспечения культуры организации, составления прогнозов развития персонала, создания благоприятного социально-психологического климата в коллективе	Владеет отдельными навыками информирования сотрудников о нормах и правилах обеспечения культуры организации, составления прогнозов развития персонала, создания благоприятного социально-психологического климата в коллективе	Владеет основными навыками информирования сотрудников о нормах и правилах обеспечения культуры организации, составления прогнозов развития персонала, создания благоприятного социально-психологического климата в коллективе	Свободно владеет навыками информирования сотрудников о нормах и правилах обеспечения культуры организации, составления прогнозов развития персонала, создания благоприятного социально-психологического климата в коллективе

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения			
		неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
ПК-1	<b>Знает:</b> Законодательные и правовые акты и методические материалы по вопросам труда и социального развития ключевого персонала предприятия, методы оценки работников и результатов их труда, количественного и качественного состава персонала, основы трудовой мотивации персонала	Не имеет представления о законодательных и правовых актах и методических материалах по вопросам труда и социального развития ключевого персонала предприятия, методах оценки работников и результатов их труда, количественного и качественного состава персонала, основах трудовой мотивации персонала	Имеет фрагментарные представления о законодательных и правовых актах и методических материалах по вопросам труда и социального развития ключевого персонала предприятия, методах оценки работников и результатов их труда, количественного и качественного состава персонала, основах трудовой мотивации персонала	Знает не в полном объеме законодательные и правовые акты и методические материалы по вопросам труда и социального развития ключевого персонала предприятия, методы оценки работников и результатов их труда, количественного и качественного состава персонала, основы трудовой мотивации персонала	Знает в полном объеме законодательные и правовые акты и методические материалы по вопросам труда и социального развития ключевого персонала предприятия, методы оценки работников и результатов их труда, количественного и качественного состава персонала, основы трудовой мотивации персонала
	<b>Умеет:</b> Осуществлять сотрудничество и	Не умеет осуществлять сотрудничество и взаимодействие в рамках	Умеет осуществлять сотрудничество и взаимодействие в рамках	Умеет не в полном объеме осуществлять сотрудничество и	Умеет в полном объеме осуществлять сотрудничество и

	взаимодействие в рамках корпоративной этики, оценивать индивидуальный вклад сотрудников в достижение общих целей, их реальные и потенциальные возможности, принимать на себя обязательства и ограничения, установленные на предприятии в рамках корпоративной и профессиональной этики	корпоративной этики, оценивать индивидуальный вклад сотрудников в достижение общих целей, их реальные и потенциальные возможности, принимать на себя обязательства и ограничения, установленные на предприятии в рамках корпоративной и профессиональной этики	корпоративной этики, оценивать индивидуальный вклад сотрудников в достижение общих целей, их реальные и потенциальные возможности, принимать на себя обязательства и ограничения, установленные на предприятии в рамках корпоративной и профессиональной этики тематике	взаимодействие в рамках корпоративной этики, оценивать индивидуальный вклад сотрудников в достижение общих целей, их реальные и потенциальные возможности, принимать на себя обязательства и ограничения, установленные на предприятии в рамках корпоративной и профессиональной этики	взаимодействие в рамках корпоративной этики, оценивать индивидуальный вклад сотрудников в достижение общих целей, их реальные и потенциальные возможности, принимать на себя обязательства и ограничения, установленные на предприятии в рамках корпоративной и профессиональной этики
	<b>Владеет:</b> навыками обеспечения предприятия квалифицированным персоналом, формирования программ социально-психологической адаптации и ввода в должность новых сотрудников, формулирования основных положений и требований должностных инструкций	Не владеет навыками обеспечения предприятия квалифицированным персоналом, формирования программ социально-психологической адаптации и ввода в должность новых сотрудников, формулирования основных положений и требований должностных инструкций	Владеет отдельными навыками обеспечения предприятия квалифицированным персоналом, формирования программ социально-психологической адаптации и ввода в должность новых сотрудников, формулирования основных положений и требований должностных инструкций	Владеет основными навыками обеспечения предприятия квалифицированным персоналом, формирования программ социально-психологической адаптации и ввода в должность новых сотрудников, формулирования основных положений и требований должностных инструкций	Свободно владеет навыками обеспечения предприятия квалифицированным персоналом, формирования программ социально-психологической адаптации и ввода в должность новых сотрудников, формулирования основных положений и требований должностных инструкций

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения			
		неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
ПК-2	<b>Знает:</b> Методы определения и оценки личностных и профессиональных компетенций при проектировании организационных коммуникаций, основы общей и социальной психологии, социологии и психологии труда, этики делового общения, закономерности зарождения,	Не имеет представления о методах определения и оценки личностных и профессиональных компетенций при проектировании организационных коммуникаций, основах общей и социальной психологии, социологии и психологии труда, этике делового общения, закономерностях зарождения,	Имеет фрагментарные представления о методах определения и оценки личностных и профессиональных компетенций при проектировании организационных коммуникаций, основах общей и социальной психологии, социологии и психологии труда, этике делового общения,	Знает не в полном объеме методы определения и оценки личностных и профессиональных компетенций при проектировании организационных коммуникаций, основы общей и социальной психологии, социологии и психологии труда, этики делового общения, закономерности зарождения,	Знает в полном объеме методы определения и оценки личностных и профессиональных компетенций при проектировании организационных коммуникаций, основы общей и социальной психологии, социологии и психологии труда, этики делового общения, закономерности зарождения,



Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения			
		неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
ПК-6	<b>Знает:</b> Модели и методы управления проектом на стадиях его разработки и реализации, их возможности и ограничения, порядок использования, основные процессы и подсистемы проектного управления, формы организации труда над проектом в ходе его разработки и реализации	Не имеет представления о моделях и методах управления проектом на стадиях его разработки и реализации, их возможностях и ограничениях, порядке использования, основных процессах и подсистемах проектного управления, формах организации труда над проектом в ходе его разработки и реализации	Имеет фрагментарные представления о моделях и методах управления проектом на стадиях его разработки и реализации, их возможностях и ограничениях, порядке использования, основных процессах и подсистемах проектного управления, формах организации труда над проектом в ходе его разработки и реализации	Знает не в полном объеме модели и методы управления проектом на стадиях его разработки и реализации, их возможности и ограничения, порядок использования, основные процессы и подсистемы проектного управления, формы организации труда над проектом в ходе его разработки и реализации	Знает в полном объеме модели и методы управления проектом на стадиях его разработки и реализации, их возможности и ограничения, порядок использования, основные процессы и подсистемы проектного управления, формы организации труда над проектом в ходе его разработки и реализации
	<b>Умеет:</b> Использовать методы качественного и количественного анализа проекта в ходе его концептуальной проработки, использовать проектный анализ, организовывать систему управления проектом, контролировать ход выполнения проекта	Не умеет использовать методы качественного и количественного анализа проекта в ходе его концептуальной проработки, использовать проектный анализ, организовывать систему управления проектом, контролировать ход выполнения проекта	Умеет использовать методы качественного и количественного анализа проекта в ходе его концептуальной проработки, использовать проектный анализ, организовывать систему управления проектом, контролировать ход выполнения проекта	Умеет не в полном объеме использовать методы качественного и количественного анализа проекта в ходе его концептуальной проработки, использовать проектный анализ, организовывать систему управления проектом, контролировать ход выполнения проекта	Умеет в полном объеме использовать методы качественного и количественного анализа проекта в ходе его концептуальной проработки, использовать проектный анализ, организовывать систему управления проектом, контролировать ход выполнения проекта
	<b>Владеет:</b> навыками управления проектом, его организацией, планированием, реализацией и интеграцией, навыками управления поставками, рисками и человеческими ресурсами в ходе управления проектами, методами и приемами анализа управленческих процессов	Не владеет навыками управления проектом, его организацией, планированием, реализацией и интеграцией, навыками управления поставками, рисками и человеческими ресурсами в ходе управления проектами, методами и приемами анализа управленческих процессов	Владеет отдельными навыками управления проектом, его организацией, планированием, реализацией и интеграцией, навыками управления поставками, рисками и человеческими ресурсами в ходе управления проектами, методами и приемами анализа управленческих процессов	Владеет основными навыками управления проектом, его организацией, планированием, реализацией и интеграцией, навыками управления поставками, рисками и человеческими ресурсами в ходе управления проектами, методами и приемами анализа управленческих процессов	Свободно владеет навыками управления проектом, его организацией, планированием, реализацией и интеграцией, навыками управления поставками, рисками и человеческими ресурсами в ходе управления проектами, методами и приемами анализа управленческих процессов



Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения			
		неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
ПК-7	<b>Знает:</b> Технологические и организационные основы разработки, выбора и принятия управленческих решений, основные методы разработки, выбора и принятия управленческих решений, критерии, принципы, методы, инструменты оценки эффективности управленческих решений	Не имеет представления о технологических и организационных основах разработки, выбора и принятия управленческих решений, основных методах разработки, выбора и принятия управленческих решений, критериях, принципах, методах, инструментах оценки эффективности управленческих решений	Имеет фрагментарные представления о технологических и организационных основах разработки, выбора и принятия управленческих решений, основных методах разработки, выбора и принятия управленческих решений, критериях, принципах, методах, инструментах оценки эффективности управленческих решений	Знает не в полном объеме технологические и организационные основы разработки, выбора и принятия управленческих решений, основные методы разработки, выбора и принятия управленческих решений, критерии, принципы, методы, инструменты оценки эффективности управленческих решений	Знает в полном объеме технологические и организационные основы разработки, выбора и принятия управленческих решений, основные методы разработки, выбора и принятия управленческих решений, критерии, принципы, методы, инструменты оценки эффективности управленческих решений
	<b>Умеет:</b> Ставить цели и формулировать задачи, направленные на реализацию профессиональных функций руководителя, осуществлять отбор методических приемов разработки, выбора и принятия управленческих решений, осуществлять социально-экономическую оценку результатов принятия и реализации управленческих решений	Не умеет ставить цели и формулировать задачи, направленные на реализацию профессиональных функций руководителя, осуществлять отбор методических приемов разработки, выбора и принятия управленческих решений, осуществлять социально-экономическую оценку результатов принятия и реализации управленческих решений	Умеет ставить цели и формулировать задачи, направленные на реализацию профессиональных функций руководителя, осуществлять отбор методических приемов разработки, выбора и принятия управленческих решений, осуществлять социально-экономическую оценку результатов принятия и реализации управленческих решений	Умеет не в полном объеме ставить цели и формулировать задачи, направленные на реализацию профессиональных функций руководителя, осуществлять отбор методических приемов разработки, выбора и принятия управленческих решений, осуществлять социально-экономическую оценку результатов принятия и реализации управленческих решений	Умеет в полном объеме ставить цели и формулировать задачи, направленные на реализацию профессиональных функций руководителя, осуществлять отбор методических приемов разработки, выбора и принятия управленческих решений, осуществлять социально-экономическую оценку результатов принятия и реализации управленческих решений
	<b>Владеет:</b> Методами определения приоритетов целевой ориентации управленческих решений, навыками анализа альтернативных вариантов управленческих решений в условиях определенности,	Не владеет методами определения приоритетов целевой ориентации управленческих решений, навыками анализа альтернативных вариантов управленческих решений в условиях определенности,	Владеет отдельными методами определения приоритетов целевой ориентации управленческих решений, навыками анализа альтернативных вариантов управленческих решений в условиях определенности,	Владеет основными методами определения приоритетов целевой ориентации управленческих решений, навыками анализа альтернативных вариантов управленческих решений в условиях определенности,	Свободно владеет методами определения приоритетов целевой ориентации управленческих решений, навыками анализа альтернативных вариантов управленческих решений в условиях определенности,

неопределенности и рисков, навыками мониторинга выполнения принятого управленческого решения	неопределенности и рисков, навыками мониторинга выполнения принятого управленческого решения	неопределенности и рисков, навыками мониторинга выполнения принятого управленческого решения	неопределенности и рисков, навыками мониторинга выполнения принятого управленческого решения	неопределенности и рисков, навыками мониторинга выполнения принятого управленческого решения
--	--	--	--	--

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения			
		неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
ПК-8	<b>Знает:</b> сущность, направления и виды документационного обеспечения управления; понятие информации, используемой в управленческой деятельности	Не имеет представления о видах документационного обеспечения управления; Отсутствует понимание о видах информации, используемой в управленческой деятельности	Имеет фрагментарные представления и понимания о видах документационного обеспечения управления; о видах информации, используемой в управленческой деятельности	Знает не в полном объеме основные термины, методы направления и виды документационного обеспечения управления; понятие информации, используемой в управленческой деятельности	Знает в полном объеме сущность, направления и виды документационного обеспечения управления; понятие информации, используемой в управленческой деятельности
	<b>Умеет:</b> осуществлять информационное обеспечение процесса разработки решений; оформлять реквизиты отдельных видов управленческих документов в соответствии с правилами, установленными нормативными документами, и языковыми требованиями к оформлению реквизитов управленческих документов; проектировать и организовывать процесс принятия решений	Не умеет осуществлять информационное обеспечение процесса разработки решений; оформлять реквизиты отдельных видов управленческих документов в соответствии с правилами, установленными нормативными документами, и языковыми требованиями к оформлению реквизитов управленческих документов; проектировать и организовывать процесс принятия решений	Имеет фрагментарные навыки по осуществлению информационного обеспечения процесса разработки решений; оформлять реквизиты отдельных видов управленческих документов в соответствии с правилами, установленными нормативными документами, и языковыми требованиями к оформлению реквизитов управленческих документов;	Умеет не в полном объеме осуществлять информационное обеспечение процесса разработки решений; оформлять реквизиты отдельных видов управленческих документов в соответствии с правилами, установленными нормативными документами, и языковыми требованиями к оформлению реквизитов управленческих документов; проектировать и организовывать процесс принятия решений	Умеет в полном объеме осуществлять информационное обеспечение процесса разработки решений; оформлять реквизиты отдельных видов управленческих документов в соответствии с правилами, установленными нормативными документами, и языковыми требованиями к оформлению реквизитов управленческих документов; проектировать и организовывать процесс принятия решений
	<b>Владеет:</b> способностью к работе в условиях большого объема неструктурированной информации; навыками документального оформления решений в	Не владеет способностью к работе в условиях большого объема неструктурированной информации; навыками документального оформления решений в управлении операционной	Владеет отдельными навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении	Владеет основными навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении	Свободно владеет способностью к работе в условиях большого объема неструктурированной информации; навыками документального оформления решений в

	управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.	(производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений
<b>Компетенция</b>	<b>Планируемые результаты обучения</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>			
		<b>неудовлетворительно</b>	<b>удовлетворительно</b>	<b>хорошо</b>	<b>отлично</b>
<b>ДПК-1</b>	<b>Знает:</b> Основные понятия, виды и методы проведения маркетинговых исследований поведения потребителей, принципы и механизм разработки программы продвижения продукции организации и привлечения потребителей, теоретические основы управления текущей деятельностью подразделения	Не имеет представления об основных понятиях, видах и методах проведения маркетинговых исследований поведения потребителей, принципах и механизме разработки программы продвижения продукции организации и привлечения потребителей, теоретических основах управления текущей деятельностью подразделения	Имеет фрагментарные представления об основных понятиях, видах и методах проведения маркетинговых исследований поведения потребителей, принципах и механизме разработки программы продвижения продукции организации и привлечения потребителей, теоретических основах управления текущей деятельностью подразделения	Знает не в полном объеме основные понятия, виды и методы проведения маркетинговых исследований поведения потребителей, принципы и механизм разработки программы продвижения продукции организации и привлечения потребителей, теоретические основы управления текущей деятельностью подразделения	Знает в полном объеме основные понятия, виды и методы проведения маркетинговых исследований поведения потребителей, принципы и механизм разработки программы продвижения продукции организации и привлечения потребителей, теоретические основы управления текущей деятельностью подразделения
	<b>Умеет:</b> эффективно использовать инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей, разрабатывать программы продвижения продукции организации и привлечения потребителей, управлять текущей деятельностью подразделения	Не умеет эффективно использовать инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей, разрабатывать программы продвижения продукции организации и привлечения потребителей, управлять текущей деятельностью подразделения	Умеет эффективно использовать инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей, разрабатывать программы продвижения продукции организации и привлечения потребителей, управлять текущей деятельностью подразделения	Умеет не в полном объеме эффективно использовать инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей, разрабатывать программы продвижения продукции организации и привлечения потребителей, управлять текущей деятельностью подразделения	Умеет в полном объеме эффективно использовать инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей, разрабатывать программы продвижения продукции организации и привлечения потребителей, управлять текущей деятельностью подразделения
	<b>Владеет:</b> основными способами и методами проведения маркетинговых исследований, навыками	Не владеет основными способами и методами проведения маркетинговых исследований, навыками разработки программ	Владеет отдельными способами и методами проведения маркетинговых исследований, навыками разработки программ	Владеет основными способами и методами проведения маркетинговых исследований, навыками разработки программ	Свободно владеет основными способами и методами проведения маркетинговых исследований, навыками

разработки программ продвижения продукции организации и привлечения потребителей, навыками управления текущей деятельностью подразделения	продвижения продукции организации и привлечения потребителей, навыками управления текущей деятельностью подразделения	продвижения продукции организации и привлечения потребителей, навыками управления текущей деятельностью подразделения	продвижения продукции организации и привлечения потребителей, навыками управления текущей деятельностью подразделения	разработки программ продвижения продукции организации и привлечения потребителей, навыками управления текущей деятельностью подразделения
---	---	---	---	---

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения			
		неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
	<b>Знает:</b> Основные термины и понятия в области коммуникационных систем, принципы интегрирования различных средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, основы формирования имиджа и управления брендами	Не имеет представления об основных терминах и понятиях в области коммуникационных систем, принципах интегрирования различных средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, основах формирования имиджа и управления брендами	Имеет фрагментарные представления об основных терминах и понятиях в области коммуникационных систем, принципах интегрирования различных средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, основах формирования имиджа и управления брендами	Знает не в полном объеме основные термины и понятия в области коммуникационных систем, принципы интегрирования различных средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, основы формирования имиджа и управления брендами	Знает в полном объеме основные термины и понятия в области коммуникационных систем, принципы интегрирования различных средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, основы формирования имиджа и управления брендами
	<b>Умеет:</b> Использовать методы управления коммуникационными системами, умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, умеет формировать имидж организации.	Не умеет использовать методы управления коммуникационными системами, не умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, не умеет формировать имидж организации.	Умеет фрагментарно использовать методы управления коммуникационными системами, интегрировать ограниченное количество средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций	Умеет не в полном объеме использовать методы управления коммуникационными системами, умеет интегрировать ограниченное количество средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, умеет формировать имидж организации.	Умеет в полном объеме использовать методы управления коммуникационными системами, умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, умеет формировать имидж организации.
	<b>Владеет:</b> Основными способами и методами управления коммуникационными системами, навыками интеграции различных средств продвижения товаров	Не владеет ни на каком уровне способами и методами управления коммуникационными системами, навыками интеграции различных средств продвижения товаров	Владеет отдельными способами и методами управления коммуникационными системами, навыками интеграции различных средств продвижения товаров	Владеет основными способами и методами управления коммуникационными системами, навыками интеграции различных средств продвижения товаров	Свободно владеет всем спектром способов и методов управления коммуникационными системами, навыками интеграции различных средств продвижения товаров

	в комплекс маркетинговых коммуникаций, навыками формирования имиджа организации и управления брендами	в комплекс маркетинговых коммуникаций, навыками формирования имиджа организации и управления брендами	в комплекс маркетинговых коммуникаций, навыками формирования имиджа организации и управления брендами	в комплекс маркетинговых коммуникаций, навыками формирования имиджа организации и управления брендами	в комплекс маркетинговых коммуникаций, навыками формирования имиджа организации и управления брендами
--	---	---	---	---	---