

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
ВЫСШАЯ ШКОЛА СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ НАУК

Утверждаю

Директор

ВШССН (факультета)

МГУ имени М.В.Ломоносова

академик Г.В.Осипов



Утверждено на заседании Ученого совета

ВШССН

2020 года, протокол № 6

Оценочные и методические материалы
формирования компетенций, оценивания уровня знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности у
обучающихся и выпускников

Направление подготовки (специальность) высшего образования: 38.04.02. Менеджмент

Уровень (уровни) высшего образования: магистратура

Направленность (профиль) образовательной программы: «Цифровой маркетинг»

Оценочные и методические материалы одобрены Учебно-методической комиссией ВШССН факультета МГУ имени М.В. Ломоносова

Содержание

- I. Общие положения
- II. Полный перечень компетенций выпускников образовательной программы
- III. Этапы формирования компетенций с указанием элементов образовательной программы, формирующих компетенции выпускников
- IV. Оценочные материалы для итогового контроля формирования компетенций выпускников

1. Общие положения

Оценочные и методические материалы формирования компетенций, оценивания уровня знаний, умений, навыков и(или) опыта деятельности у обучающихся и выпускников (далее – Оценочные материалы) являются составной частью Фондов оценочных средств для основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ФОС ОПОП ВО). Состав ФОС ОПОП ВО определен в п.7 локального акта МГУ «Положение о фонде оценочных средств по программам бакалавриата, специалитета и магистратуры в МГУ», утвержденного 17 декабря 2017 года.

Кроме настоящих материалов в состав ФОС ОПОП ВО входят также оценочные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся, разрабатываемые для каждой дисциплины (модуля) и практики, а также оценочные материалы для проведения государственной итоговой аттестации.

II. Полный перечень компетенций выпускников образовательной программы

Универсальные компетенции (УК):

- способность формулировать научно обоснованные гипотезы, создавать теоретические модели явлений и процессов, применять методологию научного познания в профессиональной деятельности (УК-1);
- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (УК-2);
- готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (УК-3).

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

- готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);
- готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2);
- способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость

избранной темы научного исследования (ОПК-3);

- способность самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды (ОПК-4);
- способность решать профессиональные задачи на основе знания экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления (ОПК-5).

Профессиональные компетенции (ПК):

организационно-управленческая деятельность:

- способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями (ПК-1);
- способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию (ПК-2);
- способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач (ПК-3).

аналитическая деятельность:

- способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (ПК-4);
- владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-5).

научно-исследовательская деятельность:

- способностью обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы (ПК-6);
- способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада (ПК-7);
- способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного

исследования (ПК-8);

- способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой (ПК-9);

Специализированные профессиональные компетенции (СПК):

- знание основных подходов, методов и инструментов цифрового маркетинга и информационно-коммуникационных технологий (М-СПК-1);
- владение навыками анализа поведения потребителей, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на установление долгосрочных взаимовыгодных отношений с клиентами (М-СПК-2);
- владение технологией сбора и анализа информации о поведении рынка и конкурентов на нем посредством использования возможностей сети Интернет, хранилища корпоративных баз данных (М-СПК-3);
- умение разрабатывать и реализовывать маркетинговые проекты в цифровых средах для обеспечения конкурентоспособности организации (М-СПК-4);
- владение технологиями моделирования стратегий компаний в области цифрового маркетинга в условиях риска и неопределенности (М-СПК-5);
- умение использовать оптимальные инструменты цифрового маркетинга для решения конкретных бизнес-задач (М-СПК-6);
- использование аналитики социальных сетей для прогнозирования конъюнктуры и трансформации сегментов рынка (М-СПК-7);
- анализ целевой аудитории и основных каналов маркетинговой коммуникации в цифровой среде (М-СПК-8);
- способность осуществлять экспертизу стохастических и динамических процессов, связанных с цифровым маркетингом на различных сегментах рынка (М-СПК-9);

- знания и умения в области управления портфелем брендов в условиях высокой значимости социальных медиа (М-СПК-10);
- знания и умения в области контроллинга маркетинговых решений, позволяющие отслеживать их эффективность (М-СПК-11);

III. Этапы формирования компетенций с указанием элементов образовательной программы, формирующих компетенции выпускников

III.1. Этапы формирования универсальных компетенций (УК) и элементы ОПОП ВО

(сокращения: ПДП - преддипломная практика, ТП – технологическая практика, ПП – педагогическая практика, НИР – научно-исследовательская работа)

Элементы образовательной программы	Периоды обучения						Документ, в котором размещены ФОС для промежуточного контроля формирования компетенции
	1 курс	2 курс	3 курс	4 курс	5 курс	6 курс	
Иностранный язык	Универсальные компетенции не формируются						
История и методология управления (философия)	УК-1						РПД
Управленческая экономика	Универсальные компетенции не формируются						
Методы исследований в менеджменте	УК-1						РПД

Стратегический менеджмент	УК-1 УК-2 УК-3						РПД
Корпоративные финансы	УК-2						РПД
Организационное поведение	УК-3						РПД
Межфакультетские учебные курсы							
Интернет маркетинг	УК-3						РПД
Анализ данных	Универсальные компетенции не формируются						
Маркетинговые коммуникации		УК-2					РПД
Стратегический маркетинг	УК-3						РПД
Маркетинговые исследования	Универсальные компетенции не формируются						
Маркетинговое планирование	УК-1						РПД
<i>B2B-маркетинг</i>	Универсальные компетенции не формируются						
Электронный бизнес	Универсальные компетенции не формируются						
Медийная реклама		УК-2					
Платные каналы продвижения в интернете	Универсальные компетенции не формируются						
<i>Оценка результатов интернет маркетинга и KPI</i>	Универсальные компетенции не формируются						
Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга		УК-2					РПД

<i>Сегментация и анализ целевой аудитории</i>	Универсальные компетенции не формируются						
Формирование репутации и информационные атаки в интернете		УК-3					РПД
<i>Современные инструменты интернет маркетинга</i>		УК-1 УК-3					РПД
Анализ поискового спроса	Универсальные компетенции не формируются						
<i>Анализ посещаемости сайтов</i>		УК-3					РПД
Мобильный маркетинг	Универсальные компетенции не формируются						
Поисковый маркетинг	Универсальные компетенции не формируются						
Современные технологии маркетинга (на английском языке)	Универсальные компетенции не формируются						
Поведение потребителей (на английском языке)		УК-3					РПД
Производственная практика	Универсальные компетенции не формируются						
Преддипломная практика		УК-1 УК-2					Программа Преддипломной практики
Научно-исследовательская работа	УК-1 УК-2	УК-1 УК-2					Программа НИР
Научно-исследовательский семинар	УК-1 УК-2	УК-1 УК-2					РПД

Государственный экзамен		УК-1					Программа ГИА
Защита магистерской диссертации		УК-1 УК-2					Программа ГИА

III.2. Этапы формирования общепрофессиональных компетенций (ОПК) выпускника и элементы ОПОП ВО

Элементы образовательной программы	Периоды обучения						Документ, в котором размещены ФОС для промежуточного контроля формирования компетенции
	1 курс	2 курс	3 курс	4 курс	5 курс	6 курс	
Иностранный язык	ОПК-1						РПД
История и методология управления (философия)	ОПК-5						РПД
Управленческая экономика	Общепрофессиональные компетенции не формируются						
Методы исследований в менеджменте	ОПК-3						РПД
Стратегический менеджмент	ОПК-1 ОПК-2						РПД
Корпоративные финансы	ОПК-5						РПД
Организационное поведение	ОПК-1 ОПК-5						РПД

Межфакультетские учебные курсы							
Интернет маркетинг	ОПК-5						РПД
Анализ данных	Общепрофессиональные компетенции не формируются						
Маркетинговые коммуникации	Общепрофессиональные компетенции не формируются						
Стратегический маркетинг	Общепрофессиональные компетенции не формируются						
Маркетинговые исследования		ОПК-3					РПД
Маркетинговое планирование	ОПК-4						РПД
<i>B2B-маркетинг</i>	ОПК-1						РПД
Электронный бизнес		ОПК-5					РПД
Медийная реклама		ОПК-5					РПД
Платные каналы продвижения в интернете	Общепрофессиональные компетенции не формируются						
<i>Оценка результатов интернет маркетинга и KPI</i>		ОПК-5					РПД
Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга		ОПК-3					РПД
<i>Сегментация и анализ целевой аудитории</i>		ОПК-3					РПД
Формирование репутации и информационные атаки в интернете		ОПК-2					РПД

<i>Современные инструменты интернет маркетинга</i>		ОПК-2 ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5					РПД
Анализ поискового спроса	Общепрофессиональные компетенции не формируются						
<i>Анализ посещаемости сайтов</i>		ОПК-3					РПД
Мобильный маркетинг		ОПК-5					РПД
Поисковый маркетинг	Общепрофессиональные компетенции не формируются						
Современные технологии маркетинга (на английском языке)		ОПК-1					РПД
Поведение потребителей (на английском языке)		ОПК-2					РПД
Производственная практика		ОПК-2					Программа Производственной практики
Преддипломная практика		ОПК-3					Программа Преддипломной практики
Научно-исследовательская работа		ОПК-3					Программа НИР
Научно-исследовательский семинар		ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5					РПД

Государственный экзамен		ОПК-3 ОПК-4 ОПК-5					Программа ГИА
Защита магистерской диссертации		ОПК-1 ОПК-5					Программа ГИА

III.3. Этапы формирования профессиональных компетенций (ПК) выпускника и элементы ОПОП ВО

Элементы образовательной программы	Периоды обучения						Документ, в котором размещены ФОС для промежуточного контроля формирования компетенции
	1 курс	2 курс	3 курс	4 курс	5 курс	6 курс	
	Иностранный язык	ПК-7					
История и методология управления (философия)	Профессиональные компетенции не формируются						
Управленческая экономика	ПК-1 ПК-3 ПК-5						РПД
Методы исследований в менеджменте	ПК-2 ПК-4 ПК-9						РПД
Стратегический менеджмент	ПК-1						РПД

Корпоративные финансы	ПК-2 ПК-3						РПД
Организационное поведение	ПК-1						РПД
Межфакультетские учебные курсы							
Интернет маркетинг	ПК-5						РПД
Анализ данных	ПК-4 ПК-5						РПД
Маркетинговые коммуникации		ПК-1					РПД
Стратегический маркетинг	ПК-2						
Маркетинговые исследования	ПК-6 ПК-9						РПД
Маркетинговое планирование	Профессиональные компетенции не формируются						
<i>B2B-маркетинг</i>	ПК-1						РПД
Электронный бизнес		ПК-4					РПД
Медийная реклама		ПК-2 ПК-5					РПД
Платные каналы продвижения в интернете	Профессиональные компетенции не формируются						
<i>Оценка результатов интернет маркетинга и KPI</i>		ПК-4					РПД
Социальные медиа как пространство реализации		ПК-1					РПД

инструментов маркетинга							
<i>Сегментация и анализ целевой аудитории</i>	Профессиональные компетенции не формируются						
Формирование репутации и информационные атаки в интернете	Профессиональные компетенции не формируются						
<i>Современные инструменты интернет маркетинга</i>	Профессиональные компетенции не формируются						
Анализ поискового спроса	Профессиональные компетенции не формируются						
<i>Анализ посещаемости сайтов</i>		ПК-6					РПД
Мобильный маркетинг	ПК-4	ПК-4					РПД
Поисковый маркетинг	Профессиональные компетенции не формируются						
Современные технологии маркетинга (на английском языке)		ПК-5					РПД
Поведение потребителей (на английском языке)	Профессиональные компетенции не формируются						РПД
Производственная практика		ПК-1 ПК-9					Программа Производственной практики
Преддипломная практика		ПК-4 ПК-6 ПК-7					Программа Преддипломной практики

		ПК-8 ПК-9					
Научно-исследовательская работа		ПК-4 ПК-6 ПК-7 ПК-8 ПК-9					Программа НИР
Научно-исследовательский семинар		ПК-6 ПК-7 ПК-8 ПК-9					РПД
Государственный экзамен		ПК-3 ПК-5 ПК-6					Программа ГИА
Защита магистерской диссертации		ПК-6 ПК-8 ПК-9					Программа ГИА

III.4. Этапы формирования специализированных профессиональных компетенций (СПК) выпускника и элементы ОПОП ВО

Элементы образовательной	Периоды обучения	Документ, в котором
---------------------------------	-------------------------	----------------------------

программы							размещены ФОС для промежуточного контроля формирования компетенции
	1 курс	2 курс	3 курс	4 курс	5 курс	6 курс	
Иностранный язык	Специализированные профессиональные компетенции не формируются						
История и методология управления (философия)	Специализированные профессиональные компетенции не формируются						
Управленческая экономика	Специализированные профессиональные компетенции не формируются						
Методы исследований в менеджменте	Специализированные профессиональные компетенции не формируются						
Стратегический менеджмент	СПК-1						РПД
Корпоративные финансы	Специализированные профессиональные компетенции не формируются						
Организационное поведение	Специализированные профессиональные компетенции не формируются						
Межфакультетские учебные курсы							
Интернет маркетинг	СПК-1 СПК-2 СПК-3 СПК-4						РПД

	СПК-6						
Анализ данных	СПК-3 СПК-9						РПД
Маркетинговые коммуникации		СПК-2 СПК-8					РПД
Стратегический маркетинг	СПК-1 СПК-4 СПК-5 СПК-6						РПД
Маркетинговые исследования	СПК-7 СПК-8 СПК-9						РПД
Маркетинговое планирование	СПК-1 СПК-4						РПД
<i>B2B-маркетинг</i>	СПК-11						РПД
Электронный бизнес		СПК-2 СПК-3 СПК-6 СПК-7 СПК-10					РПД
Медийная реклама	Специализированные профессиональные компетенции не формируются						
Платные каналы продвижения в		СПК-3					РПД

интернете		СПК-7 СПК-8					
<i>Оценка результатов интернет маркетинга и KPI</i>		СПК-11					РПД
Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга		СПК-1 СПК-2 СПК-3 СПК-4 СПК-6 СПК-10					РПД
<i>Сегментация и анализ целевой аудитории</i>		СПК-2 СПК-7 СПК-8					РПД
Формирование репутации и информационные атаки в интернете		СПК-1					РПД
<i>Современные инструменты интернет маркетинга</i>	Специализированные профессиональные компетенции не формируются						
Анализ поискового спроса							РПД
<i>Анализ посещаемости сайтов</i>		СПК-3					РПД
Мобильный маркетинг		СПК-1 СПК-3 СПК-4					РПД

		СПК-6 СПК-7 СПК-8 СПК-10					
Поисковый маркетинг		СПК-2 СПК-3 СПК-6					РПД
Современные технологии маркетинга (на английском языке)		СПК-1					РПД
Поведение потребителей (на английском языке)		СПК-7					РПД
Производственная практика	Специализированные профессиональные компетенции не формируются					Программа Производственной практики	
Преддипломная практика	Специализированные профессиональные компетенции не формируются						
Научно-исследовательская работа	Специализированные профессиональные компетенции не формируются						
Научно-исследовательский семинар	Специализированные профессиональные компетенции не формируются						
Государственный экзамен		СПК-1 СПК-3					Программа ГИА

		СПК-6					
Защита магистерской диссертации	Специализированные профессиональные компетенции не формируются						

Матрица соответствия универсальных компетенций выпускника и дисциплин (модулей), практик образовательной программы
(исключены дисциплины, не участвующие в формировании УК)

Элементы образовательной программы	УК-1	УК-2	УК-3
История и методология управления (философия)	+		
Методы исследований в менеджменте	+		
Стратегический менеджмент	+	+	+
Корпоративные финансы		+	
Организационное поведение			+
Интернет маркетинг			+
Маркетинговые коммуникации		+	
Стратегический маркетинг			+
Маркетинговое планирование	+		
Медийная реклама		+	

Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга		+	
Формирование репутации и информационные атаки в интернете			+
Современные инструменты интернет маркетинга	+		+
<i>Анализ посещаемости сайтов</i>			+
Поведение потребителей (на английском языке)			+
Преддипломная практика	+	+	
Научно-исследовательская работа	+	+	
Научно-исследовательский семинар	+	+	
Государственный экзамен	+		
Защита магистерской диссертации	+	+	

Матрица соответствия общепрофессиональных компетенций выпускника и дисциплин (модулей), практик образовательной программы

Элементы образовательной программы	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5
Иностранный язык	+				
История и методология управления (философия)					+
Методы исследований в менеджменте			+		
Стратегический менеджмент	+	+			
Корпоративные финансы					+
Организационное поведение	+				+
Интернет маркетинг					+

Маркетинговые исследования			+		
Маркетинговое планирование				+	
<i>B2B-маркетинг</i>	+				
Электронный бизнес					+
Медийная реклама					+
<i>Оценка результатов интернет маркетинга и KPI</i>					+
Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга			+		
<i>Сегментация и анализ целевой аудитории</i>			+		
Формирование репутации и информационные атаки в интернете		+			
Современные инструменты интернет маркетинга		+	+	+	+
<i>Анализ посещаемости сайтов</i>			+		
Мобильный маркетинг					+
Современные технологии маркетинга (на английском языке)	+				
Поведение потребителей (на английском языке)		+			
Производственная практика		+			
Преддипломная практика			+		
Научно-исследовательская работа			+		
Научно-исследовательский семинар			+	+	+
Государственный экзамен			+	+	+
Защита магистерской диссертации	+				+

Матрица соответствия профессиональных компетенций выпускника и дисциплин (модулей), практик образовательной программы

Элементы образовательной программы	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-7	ПК-8	ПК-9
Иностранный язык							+		
Управленческая экономика	+		+		+				
Методы исследований в менеджменте		+		+					+
Стратегический менеджмент	+								
Корпоративные финансы		+	+						
Организационное поведение	+								
Интернет маркетинг					+				
Анализ данных					+				
Маркетинговые коммуникации	+								
Стратегический маркетинг		+							
Маркетинговые исследования						+			+
<i>B2B-маркетинг</i>	+								
Электронный бизнес				+					
Медийная реклама		+			+				
<i>Оценка результатов интернет маркетинга и KPI</i>				+					
Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга	+								

Анализ посещаемости сайтов							+			
Мобильный маркетинг				+						
Современные технологии маркетинга (на английском языке)						+				
Производственная практика	+									+
Преддипломная практика				+			+	+	+	+
Научно-исследовательская работа				+			+	+	+	+
Научно-исследовательский семинар							+	+	+	+
Государственный экзамен			+			+	+			
Защита магистерской диссертации							+		+	+

Матрица соответствия специализированных профессиональных компетенций выпускника и дисциплин (модулей), практик образовательной программы

Элементы образовательной программы	СПК-1	СПК-2	СПК-3	СПК-4	СПК-5	СПК-6	СПК-7	СПК-8	СПК-9	СПК-10	СПК-11
Стратегический менеджмент	+										
Интернет маркетинг	+	+	+	+		+					
Анализ данных			+								
Маркетинговые коммуникации		+						+			
Стратегический маркетинг	+			+	+	+					
Маркетинговые исследования							+	+	+		

Маркетинговое планирование	+			+							
<i>B2B-маркетинг</i>											+
Электронный бизнес		+	+			+	+			+	
Платные каналы продвижения в интернете			+				+	+			
<i>Оценка результатов интернет маркетинга и KPI 11</i>											+
Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга	+	+	+	+		+				+	
<i>Сегментация и анализ целевой аудитории</i>		+					+	+			
Формирование репутации и информационные атаки в интернете	+										
Анализ поискового спроса		+	+			+					
<i>Анализ посещаемости сайтов</i>			+								
Мобильный маркетинг	+		+	+		+	+	+		+	
<i>Поисковый маркетинг</i>		+	+			+					
Современные технологии маркетинга (на английском языке)	+										
Поведение потребителей (на английском языке)							+				
Государственный экзамен	+		+			+					

Оценочные материалы для итогового контроля формирования компетенций выпускников

(сокращения: ГИА – государственная итоговая аттестация, ГЭК – государственная экзаменационная комиссия, ВКР – выпускная квалификационная работа)

Коды и названия компетенций	Элементы ОПОП, на которых проводится итоговый контроль формирования компетенций	Материалы для оценки	Оценочные средства
УК-1. М Способность формулировать научно обоснованные гипотезы, создавать теоретические модели явлений и процессов, применять методологию научного познания в профессиональной деятельности	ГИА, Защита ВКР	Текст ВКР, Доклад, ответы на вопросы	Протокол ГЭК по защите ВКР, отзыв руководителя, отзывы рецензентов
УК-2. М Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	Защита ВКР	Текст ВКР, Доклад, ответы на вопросы	Протокол ГЭК по защите ВКР, отзыв руководителя, отзывы рецензентов
УК-3. М Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	«Стратегический менеджмент», «Организационное поведение», Сегментация и анализ целевой аудитории», «Формирование репутации и информационные атаки в интернете», «Анализ посещаемости сайтов», «Современные	ФОС дисциплины	Оценка экзамена

	инструменты интернет маркетинга», «Поведение потребителей (на английском языке)»		
ОПК-1.М Готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности	Защита ВКР	Текст ВКР, Доклад, ответы на вопросы	Протокол ГЭК по защите ВКР, отзыв руководителя, отзывы рецензентов
ОПК-2.М Готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Производственная практика	ФОС практики	Оценка экзамена
ОПК-3.М Способностью проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования	Госэкзамен	ФОС Госэкзамен	Оценка экзамена, протокол ГЭК приема госэкзамена
ОПК-4.М Способность самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, и социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды	Госэкзамен	ФОС Госэкзамен	Оценка экзамена, протокол ГЭК приема госэкзамена
ОПК-5.М Способность решать профессиональные задачи на основе знания экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления	Госэкзамен	ФОС Госэкзамен	Оценка экзамена, протокол ГЭК приема госэкзамена

ПК-1.М Способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Производственная практика	ФОС практики	Оценка экзамена
ПК-2.М Способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	«Корпоративные финансы», «Стратегический менеджмент»	ФОС дисциплины	Оценка экзамена
ПК-3.М Способностью использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	Госэкзамен	ФОС Госэкзамен	Оценка экзамена, протокол ГЭК приема госэкзамена
ПК-4.М Способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения	Преддипломная практика	ФОС практики	Оценка экзамена
ПК-5.М Владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Госэкзамен	ФОС Госэкзамен	Оценка экзамена, протокол ГЭК приема госэкзамена
ПК-6.М Способностью обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы	ГИА, Защита ВКР	Текст ВКР, Доклад, ответы на вопросы	Протокол ГЭК по защите ВКР, отзыв руководителя, отзывы рецензентов
ПК-7.М Способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	Преддипломная практика	ФОС практики	Оценка экзамена

ПК-8.М Способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования	Защита ВКР	Текст ВКР, Доклад, ответы на вопросы	Протокол ГЭК по защите ВКР, отзыв руководителя, отзывы рецензентов
ПК-9.М Способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой	Защита ВКР	Текст ВКР, Доклад, ответы на вопросы	Протокол ГЭК по защите ВКР, отзыв руководителя, отзывы рецензентов
СПК-1.М Знание основных подходов, методов и инструментов цифрового маркетинга и информационно-коммуникационных технологий	Госэкзамен	ФОС Госэкзамен	Оценка экзамена, протокол ГЭК приема госэкзамена
СПК-2.М Владение навыками анализа поведения потребителей, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на установление долгосрочных взаимовыгодных отношений с клиентами	«Интернет маркетинг», «Маркетинговые коммуникации», «Электронный бизнес», «Медийная реклама», «Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга», «Современные инструменты интернет маркетинга», «Анализ поискового спроса», «Поисковый маркетинг»	ФОС дисциплины	Оценка экзамена

СПК-3.М Владение технологией сбора и анализа информации о поведении рынка и конкурентов на нем посредством использования возможностей сети Интернет, хранилища корпоративных баз данных	Госэкзамен	ФОС Госэкзамен	Оценка экзамена, протокол ГЭК приема госэкзамена
СПК-4.М Умение разрабатывать и реализовывать маркетинговые проекты в цифровых средах для обеспечения конкурентоспособности организации	«Интернет маркетинг», «Стратегический маркетинг», «Маркетинговое планирование», «Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга», «Мобильный маркетинг»	ФОС дисциплины	Оценка экзамена
СПК-5.М Владение технологиями моделирования стратегий компаний в области цифрового маркетинга в условиях риска и неопределенности	«Стратегический маркетинг»	ФОС дисциплины	Оценка экзамена
СПК-6.М Умение использовать оптимальные инструменты цифрового маркетинга для решения конкретных бизнес-задач	Госэкзамен	ФОС Госэкзамен	Оценка экзамена, протокол ГЭК приема госэкзамена
СПК-7.М Использование аналитики социальных сетей для прогнозирования конъюнктуры и трансформации сегментов рынка	«Маркетинговые исследования», «Электронный бизнес», «Медийная реклама», «Платные каналы продвижения в интернете», «Мобильный маркетинг», «Поведение	ФОС дисциплины	Оценка экзамена

	потребителей (на английском языке)»		
СПК-8.М Анализ целевой аудитории и основных каналов маркетинговой коммуникации в цифровой среде	«Маркетинговые исследования», «Платные каналы продвижения в интернете», «сегментация и анализ целевой аудитории», «Мобильный маркетинг»,	ФОС дисциплины	Оценка экзамена
СПК-9.М Способность осуществлять экспертизу стохастических и динамических процессов, связанных с цифровым маркетингом на различных сегментах рынка	«Анализ данных», «Маркетинговые исследования»	ФОС дисциплины	Оценка экзамена
СПК-10.М Знания и умения в области управления портфелем брендов в условиях высокой значимости социальных медиа	«Электронный бизнес», «Медийная рекламы», «Социальные медиа как пространство реализации инструментов маркетинга», «Мобильны маркетинг»	ФОС дисциплины	Оценка экзамена
СПК-11.М Знания и умения в области контроллинга маркетинговых решений, позволяющие отслеживать их эффективность	«B2B-маркетинг», «Оценка результатов интернет маркетинга и КРІ»	ФОС дисциплины	Оценка экзамена

В связи с невозможностью проверки достижения ряда компетенций в рамках ГИА, их проверка осуществляется на других элементах образовательной программы, указанных в таблице выше.