

ОТЗЫВ

на образовательную программу высшего образования по направлению
подготовки
38.03.06 Торговое дело
Направленности Маркетинг

Образовательная программа 38.03.06 Торговое дело разработана в соответствии с требованиями самостоятельно устанавливаемого образовательного стандарта высшего образования Пермского государственного национального исследовательского университета (далее – СУОС ПГНИУ), утвержденного Ученым советом ПГНИУ от «26» мая 2021 г. Протокол №9.

Программа представляет собой комплект документов, который содержит общую характеристику программы, учебный план, календарный учебный график, рабочие программы дисциплин и практик, фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, а также программу государственной итоговой аттестации.

Определение основных видов профессиональной деятельности выпускников в процессе разработки ОП осуществлялась с учетом рекомендаций работодателей, занимающих ведущие позиции на региональном рынке труда. Работодатель согласует следующие профессиональные компетенции:

ПК-1 Способен проводить маркетинговые исследования;

ПК 1.1. Планирует проведение маркетингового исследования, выявляет проблемы и формулирует цели исследования, разрабатывает техническое задание и определяет маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования;

ПК 1.2. Осуществляет поиск первичной и вторичной маркетинговой информации и подготовку процесса проведения маркетингового исследования, устанавливает сроки и требования к проведению маркетингового исследования;

ПК 1.3. Проводит анализ конъюнктуры рынка товаров и услуг;

ПК-2 Способен формулировать управленческие решения с использованием инструментов комплекса маркетинга на основе маркетинговых исследований;

ПК 2.1. Формирует предложения по совершенствованию товарной политики, на основе организации сбора первичной и вторичной маркетинговой информации;

ПК 2.2. Формирует предложения по совершенствованию ценовой политики, используя результаты обработки полученных данных с помощью методов математической статистики;

ПК 2.3. Формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж;

ПК 2.4. Формирует предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации и готовит отчеты и рекомендации по результатам маркетинговых исследований;

ПК-3 Способен осуществлять организацию процессов анализа требований к обслуживанию и сервису и управление взаимоотношениями с потребителями продукции;

ПК 3.1 Осуществляет разработку и обоснование предложений по внедрению перспективных технологий управления взаимоотношениями с клиентами;

ПК 3.2 Формирует предложения по обеспечению лояльности клиентов, взаимодействия с потребителями продукции организации с использованием традиционных каналов связи, электронной почты, информационных интернет-ресурсов, социальных сетей, организации выставок, ярмарок, выставок-продаж и других мероприятий по продвижению продукции;

ПК-4 Способен осуществлять процедуру закупок;

ПК 4.1. Выбирает способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя); обеспечивает привлечение на основе контракта специализированной организации для выполнения отдельных функций по определению поставщика; обрабатывает, формирует и хранит данные;

ПК 4.2. Определяет требования ккупаемым видам товаров, работ, услуг и/или нормативным затратам; организывает и контролирует разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов; обеспечивает публичное размещение отчета об объеме закупок у субъектов малого предпринимательства и социально ориентированных некоммерческих организаций; составляет отчетную документацию;

ПК-5 Способен осуществлять тактическое управление процессами планирования и организации производства;

ПК 5.1 Планирует и организует выполнение типовых работ тактического управления производством;

ПК 5.2 Разрабатывает аналитические материалы и составляет отчеты по оценке деятельности бизнеса в целом и производственных подразделений организации, внедряет процедуры учета, анализа и контроля выполнения плановых заданий.

Общая характеристика образовательной программы представлена на официальном сайте вуза rsu.ru, и содержит следующую информацию: квалификация выпускника, форма и срок обучения, вступительные экзамены,

выпускающая кафедра; дана краткая характеристика направления и характеристика деятельности выпускников; приведен полный перечень универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, которыми должен обладать выпускник в результате освоения образовательной программы. Структура программы отражена в учебном плане и включает учебные циклы: Б.А «Дисциплины (модули)», Б.В «Практики», Б.С «Итоговая государственная аттестация, включая подготовку и защиту бакалаврской работы».

Дисциплины учебного плана по рецензируемой образовательной программе формируют весь необходимый перечень универсальных, общепрофессиональных компетенций, предусмотренных СУОС ПГНИУ. Профессиональные компетенции разработаны с учетом мнения работодателей и на основе профессиональных стандартов 08.026 «Специалист в сфере закупок». Структура плана в целом логична и последовательна.

Качество содержательной составляющей учебного плана не вызывает сомнений. Включенные в план дисциплины раскрывают сущность актуальных на сегодняшний день проблем, таких как изменение экономической ситуации на рынке в целом и ее влияние на спрос и предложение.

Разработанная образовательная программа предусматривает профессионально-практическую подготовку обучающихся в виде практики, а именно учебные и производственные практики. Содержание программ практик свидетельствует об их способности сформировать практические навыки студентов.

Анализ программ дисциплин и практик показал, что при реализации программы используются разнообразные формы и процедуры текущего и итогового контроля успеваемости: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, контрольных работ, зачетов и экзаменов; тесты; примерная тематика курсовых работ; и др.

При разработке оценочных средств для контроля качества изучения модулей, дисциплин, практик учитываются все виды связей между включенными в них знаниями, умениями, навыками, позволяющие установить качество сформированных у обучающихся компетенций по видам деятельности и степень общей готовности выпускников к профессиональной деятельности.

Следует отметить, что созданы условия для максимального приближения системы оценки и контроля компетенций студентов-бакалавров к условиям их будущей профессиональной деятельности. С этой целью кроме преподавателей конкретной дисциплины в качестве внешних экспертов активно используются работодатели в рамках программы «Мастерская маркетинга».

В качестве сильных сторон образовательной программы следует отметить привлечение для реализации ООП опытного профессорско-преподавательского состава, а также ведущих практических деятелей; учет требований работодателей при формировании дисциплин; практикоориентированность ООП.

Таким образом, образовательная программа 38.03.06 Торговое дело соответствует современному уровню развития науки и технологий в области маркетинга и коммерции. Ее несомненным достоинством является привлечение практикующих специалистов для разработки ФОС. Образовательная программа отвечает требованиям СУОС ПГНИУ и обеспечивает формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Директор департамента маркетинга
ООО "Уралбумага"

М.П.



A handwritten signature in blue ink, consisting of several fluid, overlapping strokes.

.....М.Ю. Бородин