

**Ассоциация Менеджеров России**

**Экспертный отчет**

**по основной образовательной программе  
«Маркетинг»  
по направлению подготовки 38.04.03 «Менеджмент»,  
реализуемой в НИУ ВШЭ Пермь**

**Экспертная организация:** Агентство по контролю качества образования и развитию карьеры  
(АНО «АККОРК»)

**Эксперты:**

**Василина Игоревна Букина**, экс директор по персоналу группы компаний ПИК

**Головцова Ирина Геннадьевна**, д.э.н., доцент, СПбГЭУ

**Абгарян Аршак**, студент Российская академия народного хозяйства и государственной службы  
при Президенте РФ

**Москва, 2016**

Независимая внешняя оценка образовательной программы проведена экспертами АККОРК в период с 01 марта по 30 апреля 2016 года.

КАЧЕСТВО РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ И ВОСТРЕБОВАННОСТЬ ВЫПУСКНИКОВ

Показатели	Что изучает/делает эксперт	Выводы, комментарии эксперта
<b>Критерий 1 «Признание компетентностной модели выпускника рынком труда»</b>		
Корреляция компетентностной модели выпускника, разработанной вузом, с профессиональной рамкой компетенций АМР	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Анализирует предоставленную образовательной организацией (ОО) компетентностную модель выпускника</li> <li>• Вносит информацию в отчет</li> </ul>	<p><b>Соответствует/Не соответствует/Частично соответствует</b>  <b>Почему?</b> Все сегменты профессиональной рамки компетенций АМР представлены в целях и задачах по развитию компетенций студента НИУ ВШЭ Пермь в части программы Маркетинг; и усилия в образовательном процессе приводят к положительным результатам на стадии идентификации выпускников.</p>
Заявленные компетенции учитывают региональные потребности в специалистах данного уровня (при наличии региональной специфики)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Анализирует предоставленную образовательной организацией компетентностную модель выпускника</li> <li>• Проводит интервью с руководителями программы, выясняя, каким образом был проанализирован региональный рынок труда</li> <li>• Вносит полученную информацию в отчет</li> </ul>	<p><b>Учитывают/Не учитывают/Частично учитывают</b>  <b>Почему?</b> Пермь является центром западного Урала, поэтому должна обеспечивать весь регион специалистами высокого класса. Есть отчетливое ощущение, что НИУ ВШЭ Пермь это удастся.</p>
<b>Критерий 2 «Результаты прямой оценки сформированных компетенций»</b>		
Соответствие фактических компетенций выпускников программы профессиональной рамке компетенций АМР	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводит прямую оценку компетенций студентов выпускного курса, с использованием материалов, разработанных в образовательной организации (при признании их валидными) или с</li> </ul>	<p><b>Соответствуют/Не соответствуют/Частично соответствуют</b>  <b>Почему?</b> Заданная планка в НИУ ВШЭ Пермь чрезвычайно высока, большая часть студентов до неё дотягивает, поэтому некоторая</p>

Показатели	Что изучает/делает эксперт	Выводы, комментарии эксперта
	<p>использованием собственных инструментов (заданий, кейсов, практикоориентированных вопросов)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Вносит итоги прямой оценки в отчет</li> </ul>	<p>недостаточность может быть связана лишь с метапредметными компетенциями, личностной зрелостью, которую тоже необходимо формировать, коммуникационным пулом навыков, и сложным сочетанием амбициозности и социализации.</p>
<b>Критерий 3 «Востребованность выпускников программы»</b>		
<p>В течение какого времени выпускники программы смогли трудоустроиться на работу по специальности</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводит выборочную проверку информации, предоставленной вузом</li> <li>• Вносит информацию в отчет</li> </ul>	<p><u>Вывод, комментарии экспертов:</u> выпускники начинают свое трудоустройство, будучи еще студентами; Маркетинг в качестве предметной области дает массу возможностей для входа в прямую профессию через ассистентские позиции, так как специфика отрасли предполагает обилие полевой исследовательской работы, простые базовые подсчеты и методики статистической обработки данных, их простейший сбор и многое другое – всё это вполне можно доверить сотрудникам уровня «новичок без опыта». Набор опыта происходит плавно, но интенсивно, разнообразно, разнопланово; в качестве такового также учитывается и опыт весьма близких, смежных областей – рекламы, BTL-мероприятий, event-форумов и других явлений событийного маркетинга. В течение 2-4 месяцев подавляющее большинство выпускников трудоустраивается, при этом работодатели отмечают, что многих могли бы взять и раньше, но молодые люди предпочитают подольше отдохнуть после окончания образования.</p>
<p>Средняя зарплата выпускника сразу после выпуска и в динамике (сбор данных по выпускникам последних</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводит выборочную проверку информации, предоставленной ОО</li> <li>• Вносит данные в отчет</li> </ul>	<p><u>Вывод, комментарии экспертов:</u> Выпускники НИУ ВШЭ в целом востребованы значительно больше выпускников других ВУЗов,</p>

Показатели	Что изучает/делает эксперт	Выводы, комментарии эксперта
трех лет)		поэтому, средняя зарплата выпускника сразу после выпуска и в динамике выше в сравнении, либо просто достаточна на этой стадии: от 32 000 до 47 000 руб.
Анализ занятости выпускников программы в соответствии с индивидуальными карьерными ожиданиями	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводит выборочную проверку информации, предоставленной ОО</li> <li>• Проводит интервью и/или анкетирование выпускников программы, выявляя их удовлетворенность карьерным продвижением</li> <li>• Вписывает данные в отчет</li> </ul>	<p><u>Вывод, комментарии экспертов:</u> Та часть выпускников, которая нам была представлена, удовлетворена тем, как складывается их карьерная жизнь, многие трудоустраиваются сравнительно легко, даже если начальная позиция кажется им слишком низкой. Кроме того, в части маркетинга программа готовит специалистов, берущихся за собственный бизнес; в части преемственности они избирательно помогают и своим младшим товарищам.</p>
Наличие службы мониторинга востребованности выпускников программы, предоставляющей объективную информацию	<ul style="list-style-type: none"> <li>• проводит проверку наличия службы в ОО (сотрудники, информационные ресурсы и т.д.)</li> <li>• Проводит интервьюирование сотрудников службы</li> <li>• Проводит интервьюирование студентов (в т.ч. выпускных курсов)</li> <li>• Проводит интервьюирование выпускников</li> <li>• вписывает данные в отчет</li> </ul>	<p><u>Вывод, комментарии экспертов:</u> ППС находится в постоянном контакте с выпускниками, следит за их востребованностью, трудоустроенностью, успешностью и свободным плаванием во взрослой жизни. Выпускники являются очевидными авторитетами для студентов, весьма тепло относятся к своей альма матер, привлекаются для продуктивных диалогов, помогают студентам, делятся важными знаниями, сведениями и способами приобретения навыков. Особенной гордостью членов ППС стало маркетинговое интернет-агентство, созданное выпускниками одного из первых выпусков программы. Специально созданной службы мониторинга нет.</p>

УСЛОВИЯ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ ЭФФЕКТИВНУЮ РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОГРАММЫ

Показатели	Что изучает/делает эксперт	Выводы эксперта
<b>Критерий 1 «Структура и содержание программы»</b>		
<p>Стратегия развития программы нацелена на укрепление сильных сторон программы, позиционирование ее актуальности и уникальных преимуществ в сравнении с конкурентами</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводит экспертизу документов, регламентирующих вопросы стратегии развития программы ОО, и документы, в которых представлен анализ конкурентной среды образовательного учреждения</li> <li>• Проводит интервью с руководителем программы</li> <li>• Вписывает данные в отчет</li> </ul>	<p><u>Вывод, комментарии экспертов:</u> определенно, то, чему учат в НИУ ВШЭ Перми на данной программе, актуально, вероятно, является сильным ходом на конкурентном поле, но это нельзя утверждать с полной очевидностью, так как результаты аккредитаций в других ВУЗах не являются открытыми и о сравнении в этом случае говорить не вполне корректно. По косвенным признакам, существенным для аккредитации – таким, как востребованность выпускников на рынке труда – можно полагать, что НИУ ВШЭ – лидер среди конкурентов. Для выработки еще более сильной стратегии развития программы необходимо учитывать в ней такие тактико-поведенческие характеристики выпускников, как амбициозность, сочетание креативности и исполнительности, независимость суждений и способность к социализации; то есть стратегия должна включать развитие личности в несколько большей мере, чем это заложено сейчас. Нынешняя стратегия дает возможность утвердиться студентам в своей страте, но без прогноза на будущее, которое, прежде всего, вытащит их из привычной им среды и заставит проявить себя наилучшим или неким приемлемым образом в новой, чуждой им пока среде, что станет для них стрессом. Следовательно, её необходимо как можно чаще моделировать. И стратегия должна включать методики подобного моделирования, тестовые события и проч.</p>
<p>Цели программы сформулированы, как предполагаемые результаты обучения</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводит экспертизу документов (аннотацию к ООП), где описаны цели программы</li> <li>• Вписывает данные в отчет</li> </ul>	<p><b>Да/Нет/Частично.</b>  <u>Аргументируйте</u> ответ: Цели программы сформулированы в виде очевидных и однозначно понимаемых результатов обучения, которых</p>

Показатели	Что изучает/делает эксперт	Выводы эксперта
Привлечение работодателей к анализу и проектированию содержания программы является эффективным	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводит анализ документов, регламентирующих взаимодействие ОО с работодателями (протоколы встреч, совместных заседаний кафедр и т.д.)</li> <li>• Проводит интервью с работодателями</li> <li>• Вписывает данные в отчет (пункт 4.9)</li> </ul>	<p>предполагается достичь.</p> <p><b>Да/Нет/Частично</b>  <u>Почему?</u> Знаний по Маркетингу сейчас настолько много, что их разнообразие вполне можно назвать избыточным (мало какая отрасль менеджмента может сравниться по этому параметру с маркетингом). Это накладывает дополнительные обязательства на обучающие организации ориентироваться в выборе той или иной парадигмы маркетинга на прикладные его разновидности, гармонирующие с потребностями работодателей. Разумеется, рынок труда не должен диктовать, чему и как учить. Образование, особенно с научно-исследовательским уклоном, должно быть впереди насущного, вести за собой и намечать перспективы, однако это не означает, что оно не может одновременно и соприкасаться с реалиями российской бизнес-практики. Большую пользу в формулировании запросов и ожиданий работодателей могли бы принести HR-эксперты и директора по персоналу, так как именно к ним от внутренних заказчиков поступают запросы, и именно они сталкиваются с обязанностью их удовлетворить. Проведенные беседы со студентами показали, что встречи такого рода проводятся несколько реже, чем желательно.</p>
Фонды оценочных средств (вопросы, задания, ситуации и т.д.), используемые при текущем контроле успеваемости, проведении промежуточной и итоговой аттестации, содержат материалы, разработанные на основе реальных практических ситуаций	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводит анализ фондов оценочных средств ОО (по конкретной программе) - вопросов, заданий, задач, кейсов, подготовленных для проведения промежуточных аттестационных мероприятий, проверяет письменные контрольные работы и т.д.</li> </ul>	<p><b>Да/Нет/Частично.</b>  <u>Вывод, комментарии экспертов:</u> содержание материалов, разработанных на основе реальных практических ситуаций в программе по Маркетингу, является более чем достаточным, так как члены ППС являются значимыми бизнес-фигурами в сфере Маркетинга, многие кейсы звучат, как запросы работодателей.</p>

Показатели	Что изучает/делает эксперт	Выводы эксперта
Доля рабочих учебных программ, согласованных с работодателем (организациями и предприятиями, ориентированными на выпускников программы)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводит интервью со студентами</li> <li>• Вписывает данные в отчет</li> <li>• Проводит анализ рабочих учебных программ дисциплин</li> <li>• Вписывает данные в отчет</li> </ul>	<p>Официальных документов о согласовании учебных программ с работодателем в части Маркетинга не было предоставлено, но можно предполагать, что доля их велика и неформально составляет около 70%.</p> <p><u>Комментарии экспертов:</u> Базовая кафедра Западно-Уральского банка ПАО "Сбербанк России" не может быть учтена, так как обозначает свою цель: подготовка высококвалифицированных бакалавров экономики со специализацией в сфере банковского дела.</p>
К процессам разработки и актуализации учебно-методических материалов программы привлекаются работодатели	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводит анализ документов, регламентирующих взаимодействие ОО с работодателями (протоколы встреч, совместных заседаний кафедр и т.д.)</li> <li>• Проводит интервью с работодателями</li> <li>• Вписывает данные в отчет</li> </ul>	<p>Да/Нет/<u>Частично</u>.</p> <p><u>Комментарии экспертов:</u> члены ППС с весьма свежим, недавним трудовым опытом в качестве наёмных менеджеров у работодателей внесли очевидный качественный вклад в процесс актуализации учебно-методических материалов программы; также заметно, что программы порой посещают специальные гости от работодателей, что еще больше повышает этот тренд. К сожалению, слабо или совсем не привлекаются к процессам разработки и актуализации учебно-методических материалов программы директора по персоналу, что сказывается не в лучшую сторону.</p>
При определении применяемых образовательные методик, были учтены требования работодателей	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводит анализ документов, регламентирующих взаимодействие ОО с работодателями (протоколы встреч, совместных заседаний кафедр и т.д.)</li> <li>• Проводит интервью с работодателями</li> <li>• Вписывает выводы в отчет</li> </ul>	<p>Да/Нет/<u>Частично</u>.</p> <p>Большая часть методик развивает значительную часть компетенций, требующихся работодателям, однако компетенции в части осознанного сопоставления себя не только и не столько со средой сегодняшнего дня, то есть со студенчеством, сколько с будущей стратой общества – начинающими молодыми специалистами, нуждается в доработке силами внешних приглашенных специалистов.</p>

Показатели	Что изучает/делает эксперт	Выводы эксперта
<b>Критерий 2 «Материалы итоговой государственной аттестации»</b>		
Вопросы и ситуационные задания к итоговой государственной аттестации позволяют определить сформированность заявленных компетенций	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводит анализ билетов к госэкзаменам, заданиям на выполнения выпускных квалификационных работ</li> <li>• Вписывает выводы в отчет</li> </ul>	<p><b>Да/Нет/Частично.</b> Вопросы и ситуационные задания к итоговой государственной аттестации, содержание программы, качество образовательного процесса, его критерии и показатели, цели и задачи обучения, а также итоговые заявленные компетенции гармонизированы между собой.</p>
Задания на прохождение производственной и преддипломной практик направлены на получение студентами навыков их практического применения на предприятиях, ориентированных на выпускников программы	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводит анализ заданий на производственную и преддипломную практики, отчеты о практиках</li> <li>• Проводит интервью со студентами</li> <li>• Вписывает выводы в отчет</li> </ul>	<p><b>Да/Нет/Не в полной мере.</b> Студентам предоставляется возможность пройти производственную и преддипломную практики на ведущих предприятиях и в организациях города, что обеспечивает им ряд преимуществ впоследствии на рынке труда.</p>
Тематика ВКР (выпускных квалификационных работ) определена запросами организаций и предприятий, ориентированных на выпускников программы	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводит анализ тематики ВКР, представленных ОО (Методические рекомендации по написанию ВКР, приказ о закреплении тем ВКР),</li> <li>• Проводит интервью с выпускниками</li> <li>• Проводит интервью с работодателями</li> <li>• Вписывает выводы в отчет</li> </ul>	<p><b>Да/Нет/Частично.</b> Часть тем некоторых ВКР посвящена научно-исследовательской работе, поэтому отвечать запросам организаций и предприятий, ориентированных на прикладное значение и практическую пользу часто ближайшей перспективы с быстрой и явной отдачей, не может по определению. Так как наука призвана удовлетворять исследовательский интерес, смотреть в будущее, порой далекое и не всегда сопоставима с повседневной деятельностью организаций и предприятий. Но другую, весомую часть ВКР (около 40%) можно определенно считать практически применимыми.</p>
Доля ВКР, результаты которых нашли практическое применение на предприятиях и в организациях	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводит анализ справок о внедрении и отзывов предприятий-работодателей</li> <li>• Проводит интервью с работодателями</li> </ul>	<p><u>Количество ВКР, процент от общего числа, комментарии экспертов:</u> чуть менее 50% ВКР могут считаться использованными на предприятиях и в организациях. Для программы по Маркетингу это – достойный показатель в силу специфики предметной области (подробнее см.</p>



Показатели	Что изучает/делает эксперт	Выводы эксперта
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Вписывает выводы в отчет</li> </ul>	ниже).
<b>Критерий 3 «Менеджмент программы»</b>		
<p>Система внутреннего мониторинга качества образования, применяемая на программном уровне, позволяет периодически оценивать качество подготовки студентов (магистрантов) и условий реализации программы</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводит анализ документов, регламентирующих систему внутреннего мониторинга качества образования и интервьюирования работодателей</li> <li>• Проводит анализ данных, полученных в результате проведения внутреннего мониторинга качества</li> <li>• Проводит интервью со студентами</li> <li>• Проводит интервью с преподавателями</li> <li>• Вписывает выводы в отчет</li> </ul>	<p><u>Да/Нет.</u>  <u>Вывод, комментарии экспертов:</u> руководство ВУЗа ставит себе прямым и явным образом задачу постоянного внутреннего мониторинга качества образования, осуществляет это разными методами, действует непосредственно и косвенно на уровень образования в школах и гимназиях, который постоянно повышается благодаря этому, влияет на запросы работодателей, формирует устойчивый тренд развития, перманентное повышение планки. ВУЗ является лидером по выпуску наиболее подготовленных студентов для рынка труда.</p>

<p>Критерии и показатели, используемые при проведении внутреннего аудита, согласованы с работодателями</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводит анализ данных, полученных в результате проведения внутреннего мониторинга качества</li> <li>• Проводит интервью с работодателями</li> <li>• Вписывает выводы в отчет</li> </ul>	<p><u>Да/Нет.</u>  <u>Вывод, комментарии экспертов:</u> в работе ВУЗа по факту общения со студентами весьма отчетливо заметно, что показатели качества образования гармонизированы с работодателями. Чувствуется, что в ВУЗе практикуются встречи на регулярной основе с носителями собственно знаний о маркетинге, которые знают все реалии рынка не понаслышке, но не с носителями агрегированных показателей такого рода со стороны работодателя – с директорами по персоналу, которые могли бы точнее сориентировать и частично подготовить студентов к выходу на свободный рынок труда. На студентах это, в частности, сказывается следующим образом: они ясно представляют себе, что их ожидает на рынке труда, какие компетенции стоит нарабатывать или усиливать, как формулировать свои запросы и желания в части начальной карьеры, но, несмотря на это, могут испытывать затруднения в навыках коммуникации и самопрезентации. Также директор по персоналу, приходя в аудиторию хотя бы 1 раз в модуль, помог бы им понять, насколько важно личностное развитие, зрелость и метапредметные компетенции, кроссфункциональность, междисциплинарность и конвергенция.</p>
--	---	---

#### Критерий 4 «Кадры»

<p>Процесс проведения комплексной оценки педагогических кадров и система ключевых показателей эффективности педагогических кадров обеспечивает достижение планируемых результатов обучения</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводит анализ документов, регламентирующих процессы, связанные с педагогическими кадрами (Положение о мотивации преподавателей)</li> <li>• Проводит интервью с преподавателями</li> <li>• Вписывает выводы в отчет</li> </ul>	<p><u>Да/Нет/Частично.</u> Уровень членов ППС, с которыми удалось познакомиться и провести соответствующие беседы, представляется, безусловно, высоким. ВУЗу удается привлекать в качестве преподавателей специалистов – больших знатоков своего дела, людей, способных заниматься наукой, обладающих склонностями к исследовательскому взгляду на проблемы, способностями к педагогической деятельности и востребованностью рынком труда в качестве действующих экспертов.</p> <p><u>Комментарии экспертов.</u> Члены ППС смело могут быть названы элитой в части знаний и навыков в своей предметной области, с научным потенциалом и желанием/умением делиться знаниями с молодежью, ориентируясь на интересность процесса и результативность итогового образовательного продукта.</p>
<p>Система внутреннего мониторинга деятельности педагогических кадров позволяет оценить потенциал их развития (стремление преподавателей к совершенствованию и саморазвитию, в т.ч. за счет интегрирования в своей работе образовательной, научной и инновационной деятельности)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводит анализ данных, о результатах прохождения курсов повышения квалификации (Положение о повышении квалификации ППС, положение об аттестации ППС)</li> <li>• Посещает занятия</li> <li>• Проводит интервью с преподавателями</li> <li>• Вписывает выводы в отчет</li> </ul>	<p><u>Да/Нет/Частично.</u> Принятая в НИУ ВШЭ в целом и в пермском филиале в частности система рейтингования членов ППС делает компетентный уровень, педагогический стиль, научный потенциал и инновационный подход в образовательном процессе, носителями которого члены ППС являются, весьма прозрачным. Студентам настолько транспарентно показывается набор возможностей каждого члена ППС, что прижиться случайному человеку в ППС просто невозможно.</p> <p><u>Комментарии экспертов:</u> Внутренний мониторинг является действующим рычагом и эффективен для поддержания высокого уровня всех аспектов деятельности ППС.</p>

<p>При проведении внутреннего мониторинга деятельности преподавателей профильных дисциплин учитывается мнения работодателей и других участников процесса</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводит анализ результатов мониторинга (анализ анкет, опросов и т.д.) мнения работодателей, студентов</li> <li>• Проводит интервью с преподавателями</li> <li>• Проводит интервью со студентами</li> <li>• Вписывает выводы в отчет</li> </ul>	<p><u>Да/Нет/Частично.</u>  <u>Комментарии экспертов.</u> Прямого влияния мнения работодателей или учета их мнения на проведение внутреннего мониторинга деятельности преподавателей профильных дисциплин не заметно, но косвенно понятно, что преподаватели дисциплин программы по Маркетингу востребованы работодателями, их ФИО известны им, и эти имена на хорошем счету.</p>
<p>Система мониторинга ППС позволяет оценить направленность учебной и научной деятельности преподавателя на формирование у студента стремления к самообучению, навыков самостоятельного формирования образовательной траектории студента</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводит анализ результатов мониторинга (анализ анкет, опросов и т.д.) мнения работодателей, студентов</li> <li>• Проводит интервью с преподавателями</li> <li>• Проводит интервью со студентами</li> <li>• Вписывает выводы в отчет</li> </ul>	<p><u>Да/Нет/Не в полной мере.</u>  <u>Комментарии экспертов.</u> Система мониторинга членов ППС позволяет комплексно оценить уровень состава ППС. Глядя на сильного востребованного преподавателя студенты считают его ключевые паттерны, и понимают, как важно активизировать стремление к самообучению и саморазвитию вообще, навыков самостоятельного формирования не только образовательной, но и профессиональной, карьерной и общей жизненной траектории.</p>
<p>Доля преподавателей профильных дисциплин, имеющих текущий практический опыт по профилю (с указанием количества часов по контрактам/заказам конкретных работодателей на реальных «жизненных» проектах)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводит интервью с преподавателями - практиками</li> <li>• Вписывает выводы в отчет</li> </ul>	<p><u>Привести необходимые данные:</u> часть членов ППС (около 35%) отдает работе вне ВУЗа по прямому профилю, согласно которому ведет преподавание, от одной четверти до трети своего рабочего времени. Часть ППС работает только в ВУЗе, но имеет недавнее, активное, успешное прошлое в бизнесе и/или периодически консультирует бизнес.  <u>Вывод, комментарии экспертов:</u> пропорция между членами ППС, работающими параллельно в бизнесе по теме преподавания, и полностью отдающие себя образовательному процессу, выглядит разумной и взвешенной.</p>

### Критерий 5 «Материально-технические и финансовые ресурсы программы»

<p>Доля аудиторий, оснащенных ресурсами (в т.ч. современными программными продуктами), обеспечивающими доступность информации, необходимой для эффективной деятельности участников образовательного процесса</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводит осмотр материально-технической базы ОО (конкретно той площадки, на которой проводится реализация данной программы)</li> <li>• Проводит интервью со студентами</li> <li>• Проводит анализ информационных ресурсов</li> <li>• Вписывает выводы в отчет</li> </ul>	<p><u>Привести необходимые данные:</u> большая часть аудиторий оснащена современными техническими средствами, их количество превышает потребность пользователей – на занятиях заметно, что ПК установлено с избытком, презентационная техника исправна; студенты закономерно воспринимают это как должное, и не упоминают технику ни в каком аспекте; лишь на больших мероприятиях типа Дня открытых дверей удивило не использование микрофона. Кроме того, что выступающих членов ППС тривиально не было слышно, это еще показывает абитуриентам, что члены ППС якобы не умеют делать презентации, не умеют соразмерять силу голоса и величину помещения, что, конечно же, не так.</p> <p><u>Вывод, комментарии экспертов:</u> Материально-технические ресурсы достаточны и используются по назначению.</p>
<p>Обеспечение возможности студентам и преподавателям доступа к библиотечным ресурсам, включая основные отечественные и зарубежные журналы по профилю подготовки, монографии ученых и другой литературе по профилю программы, практикоориентированные специализированные издания и т.д.</p>	<p>Проводит анализ информационных и библиотечных ресурсов (Карта обеспеченности основной образовательной программы учебной и учебно-методической литературой).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводит интервью со студентами</li> <li>• Проводит интервью с преподавателями</li> <li>• Вписывает выводы в отчет</li> </ul>	<p><u>Привести необходимые данные:</u> все необходимые материалы по всем перечисленным категориям имеются в достаточном количестве, качестве и актуальности и являются доступными для студентов на разных носителях. Некоторые данные во всем городе можно найти только в библиотеках и it-фондах НИУ ВШЭ Перми, что является передовым для города.</p> <p><u>Вывод, комментарии экспертов:</u> приложенные усилия в части создания и предоставления студентам библиотечных фондов, включая основные отечественные и зарубежные журналы по профилю подготовки, монографии ученых и другой литературы по профилю программы, практикоориентированных специализированных изданий и прочего дали отличные результаты и ощутимо помогают студентам учиться, а ППС – обучать.</p>

<p>Формируемый бюджет программы, позволяет обеспечить учебный процесс преподавателями и сотрудниками, с высоким уровнем квалификации и компетентности</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводит анализ финансовых отчетов, их доступности</li> <li>• Проводит интервью с преподавателями</li> <li>• Вписывает выводы в отчет</li> </ul>	<p><u>Привести необходимые данные:</u> все компоненты обучения и программы, которые прямо или косвенно зависят от бюджетов, представлены на весьма солидном уровне – доходы ППС, масса видов стипендий студентов, общий вид экстерьера и интерьера здания, уровень удовлетворённости членов ППС и студентов, а также многие другие, мелкие факторы указывают на обеспеченность программы достаточным бюджетом и возможность привлекать преподавателей с высоким уровнем квалификации и компетентности, а также поощрять студентов многочисленными, многоцелевыми и гибкими вариантами стипендий.</p> <p><u>Вывод, комментарии экспертов:</u> ВУЗ достойно обеспечен бюджетом, который умеет разумно расходовать.</p>
<p><b>Критерий 6 «Научно-исследовательская работа»</b></p>		
<p>Выполнение научно-исследовательских работ преподавателями обеспечивает улучшение и развитие образовательного процесса и повышения профессиональной компетентности самих преподавателей</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводит выборочный анализ результатов НИРов (отчет зав. кафедрой)</li> <li>• Проводит интервью с преподавателями</li> <li>• Проводит интервью с работодателями</li> <li>• Вписывает выводы в отчет</li> </ul>	<p><u>Да/Нет/Частично.</u> Уровень ППС в части выполнения научно-исследовательских работ, несомненно, высок, очевидна востребованность части преподавателей в качестве менеджеров среднего/высшего звена и консультантов у работодателей, как центров современной научной мысли и потребности исследовать насущные вопросы функциональной парадигмы.</p>

<p>Выполнение научно-исследовательских работ студентов (магистрантов) по заявкам работодателей</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводит выборочный анализ НИРов (задание работодателей на выполнение дипломных работ, исследований, справки о внедрении)</li> <li>• Проводит интервью с преподавателями</li> <li>• Проводит интервью с работодателями</li> <li>• Вписывает выводы в отчет (пункт...)</li> </ul>	<p><u>Привести необходимые данные:</u> из официально указанных данных в части деятельности Центра прикладной экономики НИУ ВШЭ Перми за период 2011-2015 годов <b>17</b> научно-исследовательских работ студентов (магистрантов) произведены по заявкам работодателей; всего представлено 37 работ. В части Маркетинга помощь студентов (магистрантов) часто может быть использована в силу специфики направления, так как работ, которые можно делегировать исполнителям с минимальным опытом или совсем без него (как, например, полевые исследования или анкетирование), довольно много. Преподаватели и работодатели высказывались в том же духе, что готовы охотно давать работы студентам (магистрантам).</p> <p><u>Вывод, комментарии экспертов:</u> в Маркетинге велика часть операционной деятельности, и, в силу такой специфики, привлекать студентов (магистрантов) массовым порядком на выполнение работ представляется закономерным.</p>
<p>Доля успешно коммерциализированных результатов НИР магистрантов, включая создание ими собственного бизнеса</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводит выборочную проверку результатам самоанализа ОО</li> <li>• Проводит интервью со студентами (магистрантами)</li> <li>• Проводит анализ справок о внедрении, патентов и т.д.</li> <li>• Проводит интервью с выпускниками</li> <li>• Вписывает выводы в отчет (пункт...)</li> </ul>	<p><u>Привести необходимые данные:</u> в силу указанных выше соображений оказалось возможным ознакомиться с широкой выборкой прецедентов.</p> <p><u>Вывод, комментарии экспертов:</u> сам факт того, что выпускники НИУ ВШЭ Перми решаются организовать свой бизнес, даже в интернет-маркетинге, и вести его, готовы обсуждать сложности и особенности этого вида деятельности, указывает на то, что ВУЗ успешно справляется со своей образовательной функцией в данной части. Успешно коммерциализированным результатом НИР магистрантов является созданное ими маркетинговое интернет-агентство (собственный бизнес).</p>

**Сильные стороны:**

1. Члены ППС с весьма свежим, недавним трудовым опытом в качестве наёмных менеджеров у работодателей внесли очевидный качественный вклад в процесс актуализации учебно-методических материалов программы; также заметно, что программы порой посещают специальные гости от работодателей, что еще больше повышает этот тренд.
2. Выпускники начинают свое трудоустройство, будучи еще студентами через ассистентские позиции, обилие полевой исследовательской работы, простые базовые подсчеты и методики статистической обработки данных, их простейший сбор и многое другое. Набор опыта происходит плавно, но интенсивно, разнообразно, разнопланово; в качестве такового также учитывается и опыт весьма близких, смежных областей – рекламы, BTL-мероприятий, event-форумов и других явлений событийного маркетинга.
3. Уровень членов ППС, с которыми удалось познакомиться и провести соответствующие беседы, представляется, безусловно, высоким. ВУЗу удастся привлекать в качестве преподавателей специалистов – больших знатоков своего дела, людей, способных заниматься наукой, обладающих склонностями к исследовательскому взгляду на проблемы, способностями к педагогической деятельности и востребованностью рынком труда в качестве действующих экспертов. Члены ППС смело могут быть названы элитой в части знаний и навыков в своей предметной области, с научным потенциалом и желанием/умением делиться знаниями с молодежью, ориентируясь на интересность процесса и результативность итогового образовательного продукта.
4. ППС находится в постоянном контакте с выпускниками, следит за их востребованностью, трудоустроенностью, успешностью и свободным плаванием во взрослой жизни. Выпускники являются очевидными авторитетами для студентов, весьма тепло относятся к своей альма матер, привлекаются для продуктивных диалогов, помогают студентам, делятся важными знаниями, сведениями и способами приобретения навыков. Особенной гордостью членов ППС стало маркетинговое интернет-агентство, созданное выпускниками одного из первых выпусков программы.
5. Студентам предоставляется возможность пройти производственную и преддипломную практики на ведущих предприятиях и в организациях города, что обеспечивает им ряд преимуществ впоследствии на рынке труда.
6. Руководство ВУЗа ставит себе прямым и явным образом задачу постоянного внутреннего мониторинга качества образования, осуществляет это разными методами, действует непосредственно и косвенно на уровень образования в школах и гимназиях, который постоянно повышается благодаря этому, влияет на запросы работодателей, формирует устойчивый тренд развития, перманентное повышение планки. ВУЗ является лидером по выпуску наиболее подготовленных студентов для рынка труда.
7. В ВУЗе практикуются встречи на регулярной основе с носителями собственно знаний о маркетинге, которые знают все реалии рынка не понаслышке. На студентах это, в частности, сказывается следующим образом: они ясно представляют себе, что их ожидает на рынке труда, какие компетенции стоит нарабатывать или усиливать, как формулировать свои запросы и желания в части начальной карьеры.
8. Принятая в НИУ ВШЭ система рейтингования членов ППС делает компетентностный уровень, педагогический стиль, научный потенциал и инновационный подход в образовательном процессе, носителями которого члены ППС являются, весьма прозрачным. Студентам настолько транспарентно показывается набор возможностей каждого члена ППС, что прижиться случайному человеку в ППС просто невозможно.



9. Глядя на сильного востребованного преподавателя студенты считают его ключевые паттерны, и понимают, как важно активизировать стремление к самообучению и саморазвитию вообще, навыков самостоятельного формирования не только образовательной, но и профессиональной, карьерной и общей жизненной траектории.
10. Приложенные усилия в части создания и предоставления студентам библиотечных фондов, включая основные отечественные и зарубежные журналы по профилю подготовки, монографии ученых и другой литературы по профилю программы, практикоориентированных специализированных изданий и прочего дали отличные результаты и ощутимо помогают студентам учиться, а ППС – обучать.
11. Все компоненты обучения и программы, которые прямо или косвенно зависят от бюджетов, представлены на весьма солидном уровне – доходы ППС, масса видов стипендий студентов, общий вид экстерьера и интерьера здания, уровень удовлетворённости членов ППС и студентов, а также многие другие, мелкие факторы указывают на обеспеченность программы достаточным бюджетом и возможность привлекать преподавателей с высоким уровнем квалификации и компетентности, а также поощрять студентов многочисленными, многоцелевыми и гибкими вариантами стипендий.

#### **Рекомендации по улучшению:**

1. Для выработки еще более сильной стратегии развития программы необходимо учитывать в ней такие тактико-поведенческие характеристики выпускников, как амбициозность, сочетание креативности и исполнительности, независимость суждений и способность к социализации; то есть стратегия должна включать развитие личности в несколько большей мере, чем это заложено сейчас. Нынешняя стратегия дает возможность утвердиться студентам в своей страте, но без прогноза на будущее, которое, прежде всего, вытаскивает их из привычной им среды и заставит проявить себя наилучшим или неким приемлемым образом в новой, чуждой им пока среде, что станет для них стрессом. Следовательно, её необходимо как можно чаще моделировать. И стратегия должна включать методики подобного моделирования, тестовые события и проч. Развитию подлежат метапредметные компетенции, ведущие к личностной зрелости, и коммуникационный пул навыков.
2. Большую пользу в формулировании запросов и ожиданий работодателей могли бы принести HR-эксперты и директора по персоналу, так как именно к ним от внутренних заказчиков поступают запросы, и именно они сталкиваются с обязанностью их удовлетворить. Проведенные беседы со студентами показали, что встречи такого рода проводятся несколько реже, чем желательно. Директора по персоналу могли бы точнее сориентировать и частично подготовить студентов к выходу на свободный рынок труда, приходя в аудиторию хотя бы 1 раз в модуль, помогли бы им понять, насколько важны **кроссфункциональность, междисциплинарность и конвергенция**.
3. Для формирования умения устно излагать свою позицию, качественно общаться, подать себя на собеседовании и в целом в процессе работы в бизнесе необходимо сформировать привычку читать не только короткие фрагменты и статьи, но и книги, как целостные объёмные произведения, что приучает к сосредоточенности, умению погружаться в материал, мыслительной дисциплине, несмотря на перерывы в чтении, запоминать логику суждений и связывать её в памяти со следующими главами и частями произведения. У студентов важно пестовать последовательность и преемственность (а не дискретность) мышления, которые так важны в стратегии;

кроме коротких двух-трехходовых комбинаций, необходимо также учить студентов осваивать и более масштабные конструкции, связанность сложных действий и взаимовлияний. **Чтение целостных книг** (а не выдержек из них) на деле показывает читателям, как важно изучать смежные области знаний, быть погруженным, углубленным и добросовестным ученым, исследователем и практиком. Кроме того, привычка читать формирует достойный уровень языка, расширяет лексикон, обогащает профессиональный тезаурус, развивает и повышает общекультурный уровень. Это неизбежно отразится и на стилистике диссертационных работ, и на качестве общения, и на эффективности самопрезентации, и, как итог, на качестве выпускников.

К сожалению, в процедуре приема и зачисления абитуриентов весьма малая роль отводится **устным испытаниям и собеседованию**, в результате чего принятые студенты могут испытывать **затруднения в навыках коммуникации и самопрезентации**. Гаджетизация поколения Y только усиливает «электронное общение» и ослабляет способность ясно и точно излагать сколько-нибудь сложные конструкции, владеть плавной речью, поддерживать диалог, использовать метафоры и аллегории. Также **скудости речи и зажатости** в момент необходимости изъясниться способствует обрывочное знакомство с материалом – через статьи, а не книги (ни один из опрошенных студентов не смог назвать целой прочтенной книги недавнего времени – ни названия, ни автора, хотя сделать это предлагалось без ограничения тематики, а достоверность, по понятным причинам, нельзя проверить).