

ЭКСПЕРТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ

на основную профессиональную образовательную программу по направлению подготовки высшего образования 39.03.01 «Социология» - программу бакалавриата «Экономическая социология и маркетинг», реализуемой в ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»

Рецензируемая ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» по направлению подготовки бакалавров 39.03.01 «Социология» представляет собой систему документов, разработанную на основе актуализированного федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 39.03.01 «Социология», утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «5» февраля 2018 г. № 75 с учетом профессионального стандарта, соответствующего профессиональной деятельности выпускников и на основе анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники, иных источников.

Обоснована и доказательна востребованность выпускников по направлению подготовки бакалавров 39.03.01 «Социология» в соответствии с ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» с позиции требований, предъявляемых ООО «БлуБэг», поскольку бакалавры обладают высоким уровнем освоения компетенций, мотивации к их реализации в рамках решения социально-технологического, организационно-управленческого, проектного типа задач в процессе профессиональной деятельности.

Обоснование необходимости ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» с позиции требования ООО «БлуБэг» как работодателя объясняется грамотной реализацией обобщенных трудовых функций, умением организации работы по сбору данных социологических и маркетинговых исследований, навыками подготовки сбора данных социологических и маркетинговых исследований, как потребность и требования современного рынка труда, поскольку социальные запросы потребителей формируют различные ценовые сегменты рынка, дают информацию для использования различных вариантов продвижения товара и развития современных потребительских запросов в целом.

К области профессиональной деятельности, в которых выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность, относится область «08 Финансы и экономика (в сфере статистики)», поскольку она соответствует уровню образования выпускников и полученных компетенций требованиям к квалификации работника, а также на основании того, что в результате анализа утвержденных профессиональных стандартов при формировании профессиональных компетенций был учтен профессиональный стандарт, соответствующий видам профессиональной деятельности и требованиям к образованию и обучению выпускников кафедры социологии, политологии и права - Профессиональный стандарт 08.022 «Статистик» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 8 сентября 2015 г. N 605н, регистрационный номер 459).

Краткая характеристика областей и сфер профессиональной деятельности выпускника: социологические, маркетинговые, социально-экономические исследования общества, социальных явлений и процессов: сбор статистических данных, подготовка проектного предложения, программы исследования, организация и проведение исследования, применение прикладных статистических программ, результатов расчетов статистических показателей, аналитических приемов, процедур, обработка, анализ данных, интерпретация и объяснение статистических данных, подготовка отчетных

материалов и итоговых документов для решения экономически обоснованных профессиональных организационно-управленческих задач, бизнес-процессов и рисков организаций на основе анализа результатов социологических, маркетинговых исследований рынков и современных социально-экономических проблем предприятий, в том числе энергетической отрасли Республики Татарстан.

Выпускники ОПОП «Экономическая социология и маркетинг», согласно требованиям ООО «БлуБэг» как работодателя готовы к решению задач социально-технологического типа в профессиональной деятельности, что соответствует сформированной заинтересованности работодателя в приложении знаний и умений выпускников в рамках их производственно-прикладной реализации:

- участия в выборе и адаптации социальной технологии для решений актуальной исследовательской социально-экономической проблемы;
- детализации технологии сбора информации применительно к условиям исследования и особенностями выбранной методической стратегии;
- согласования организационных, технологических и методических вопросов в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения;
- подготовки методических документов для проведения инструктажа персонала по сбору информации в процессе организации сбора данных;
- формировании научно-методического, технического информационного обеспечения социологических и маркетинговых исследований, разработку рекомендаций для социологических и маркетинговых служб;
- подготовки полного комплекта отчетных материалов по этапу сбора информации;
- осуществления сбора информации в соответствии с методологическими и технологическими требованиями к соответствующим методам.

С позиции требования ООО «БлуБэг» как работодателя к компетенциям, формируемым у выпускников ОПОП «Экономическая социология и маркетинг», согласно реализуемому проектному типу задач в профессиональной деятельности, у обучающихся сформированы следующие знания, умения и навыки в рамках реализации проектных задач, что крайне актуально в деятельности организации в современных социально-экономических условиях:

- разработка проектного предложения для проведения социологического исследования, проектной документации и программы исследования: описание проблемной ситуации, обоснование актуальности исследовательского проекта, определение цели и основных задач, объекта, предмета, гипотез исследования, выбор целевой аудитории, метода или совокупности методов (методической стратегии);
- разработка и согласование документации, регламентирующей взаимодействие заказчика и исполнителя социологического исследования;
- разработка проекта, методического инструментария и программы социологического и маркетингового исследования, соответствующих задачам исследования и используемым методам;
- выбор и описание метода или совокупности методов сбора и обработки информации для всех этапов исследования;
- создание концептуальной модели измеряемых показателей согласно задачам исследования и гипотезам определение принципов отбора источников информации;
- анализ статистических данных социологических и маркетинговых исследований с применением прикладных статистических программ, веб – аналитики для профессиональной проектной деятельности;
- интерпретация результатов анализа статистических данных социологических и маркетинговых исследований;

-разработка аналитических материалов и итоговых документов по результатам: статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования с выводами и рекомендациями.

Обоснована значимость ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» с позиций заинтересованности ООО «БлуБэг» в умении выпускников решать организационно-управленческие типы задач в рамках профессиональной деятельности:

-формировать и анализировать информационные массивы, обеспечивающие мониторинг социально-экономической сферы, разработать управленческое воздействие на неё и оценить эффект управленческого воздействия на решение профессиональных организационно-управленческих задач,

- формировать социально-значимые и экономически обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности экономической социологии и маркетинга;

- разработать предложения и рекомендации по улучшению социально-экономических программ и стратегий;

- применять результаты социологических и маркетинговых исследований для принятия экономически обоснованных управленческих решений на основе положений социологических и экономических теорий;

- организовать и провести маркетинговые исследования по элементам комплекса маркетинга, направленных на разработку программ, методик и оценку программной и проектной деятельности административно- управленческих подразделений организаций и учреждений;

- разработать и применить методики анализа рынков, бизнес-процессов и рисков организаций и обработать результаты маркетинговых исследований для решения профессиональных организационно-управленческих задач;

- сформировать стратегии принятия экономически обоснованных управленческих решений в социально-экономической и маркетинговой сферах на основе обработки результатов социологических и маркетинговых исследований по вопросам развития рынков, бизнес-процессов и рисков организации.

Совокупность компетенций, установленных программой бакалавриата, обеспечивает выпускнику способность осуществлять профессиональную деятельность в области профессиональной деятельности и сфере профессиональной деятельности, установленных в соответствии с пунктом 1.11 ФГОС ВО, и решать задачи профессиональной деятельности следующих типов, установленных в соответствии с пунктом 1.12 ФГОС ВО: социально-технологический, проектный, организационно-управленческий.

Для выпускников ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» социологическое и маркетинговое образование, как показывает практика их работы в ООО «БлуБэг», служит механизмом профессиональной специализации, способом аккумуляции образовательного капитала, в результате чего выпускник является не только активным потребителем социологического и маркетингового знания, но и реплицирует его в рамках практической деятельности в ООО «БлуБэг».

Обоснование соответствия ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» по направлению подготовки бакалавров 39.03.01 «Социология» доказательно их востребованностью ООО «БлуБэг», поскольку выпускники обладают сформированными в процессе обучения компетенциями в рамках социально-технологической деятельности в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения, могут подготовить проектные предложения для проведения социологического исследования, разработать проект в области экономической социологии и маркетинга, провести социологическое и маркетинговое исследование.

Обоснованная необходимость выпускников ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» по направлению подготовки бакалавров 39.03.01 «Социология» продиктована

актуальными получаемыми знаниями, умениями и навыками в рамках освоения компетенций в процессе обучения, с чем выпускники данного направления справляются компетентно и в срок:

- анализировать данные социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности;
- предлагать экономически обоснованные решения профессиональных организационно-управленческих задач, консалтинговые услуги;
- формируют и проводят поисковые, описательные, аналитические социологические и маркетинговые исследования с учетом сегментирования потребителей целевых/референтных групп;
- комплексно применяют методы сбора социологической и маркетинговой информации, алгоритмы прикладных статистических программ для статистической обработки и анализа социологических данных;
- с позиций социологических, социально-экономических и маркетинговых знаний производят оценку результатов деятельности маркетинговой кампании;
- на основе данных эмпирических социологических и маркетинговых исследований определяют перспективы развития маркетинговых кампаний, акций, программ краткосрочного, среднесрочного и долгосрочного развития в современных социально-экономических условиях и с учетом особенностей и сферы деятельности организации.

Грамотное описание ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» содержит логично изложенную информацию об образовательной программе по направлению подготовки бакалавров 39.03.01 «Социология», формах и сроках обучения, характеристику деятельности и информацию о квалификации выпускника, с учетом требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения зарубежного опыта проведения консультаций с ведущими работодателями в которой востребован выпускник, а также с учетом профессионального стандарта, соответствующего профессиональной деятельности выпускников.

Виды и типы задач профессиональной деятельности выпускников (социально-технологический, организационно-управленческий, проектный) учтены, согласно требованиям работодателей, сущностно и последовательно отражены в перечне дисциплин рабочего учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений. Оценка рабочих программ дисциплин, фондов оценочных средств и электронно-образовательных ресурсов по преподаваемым дисциплинам демонстрируют грамотное использование аудиторных и интерактивных форм проведения занятий.

Компетенции, сформированные у обучающихся по направлению подготовки бакалавров 39.03.01 «Социология» ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» актуальны на рынке труда, поскольку выпускник указанного направления обладают знаниями анализа современных потребительских рынков, где осуществляется непосредственное взаимодействие фирм и конечного потребителя, так как именно в сфере социологических исследований, маркетингового продвижения и социально-экономических прогнозов происходит смыкание современных деловых и бизнес-стратегий, что формирует перспективные направления, требующие приложения компетенций выпускников конкретного направления подготовки бакалавров 39.03.01 «Социология» ОПОП «Экономическая социология и маркетинг», обладающих фундаментальными знаниями в области экономической социологии и маркетинга, и методами прикладных социологических, социально-экономических и маркетинговых исследований, подбора маркетинговых решений, которые будут результативны для:

- конкретного бизнеса, проведения маркетингового анализа компании;
- анализа конкурентов и рынка, социально-экономического прогнозирования и проектирования особенностей развития организаций в условиях изменения/развития конъюнктуры современного рынка и социально-экономических условий;

- оценки сильных и слабых сторон организации для составления маркетингового плана и выработки социально-экономических и маркетинговых решений, сформированных на базе результатов социологических, социально-экономических и маркетинговых исследований.

Разработанная ОПОП предполагает профессиональную практическую подготовку обучающихся в рамках учебной (ознакомительной) практики, производственной (проектно-технологической) и производственной (преддипломной) практик.

Содержание учебной (ознакомительной) практики формирует и расширяет у обучающихся сущностного понимания теоретико-методологических знаний и компетенций, сформированных в процессе изучения дисциплин, и практическое знакомство обучающихся со спецификой профессиональной деятельности экономической социологии и маркетинга. Вместе с тем учебная практика формирует у обучающихся перспективный задел для дальнейшего понимания сущности производственной практики. В качестве базы учебной (ознакомительной) практики выступает лаборатория социально-экономических исследований в составе кафедры социологии, политологии и права, руководство которой возложено на доктора политологических наук, профессора Мухарямова Н.М. В рамках учебной (ознакомительной) практики предполагается коммуникация обучающихся с педагогическими и научно-педагогическими работниками выпускающей кафедры, ведущими специалистами предприятий области социально-экономических и маркетинговых исследований, в результате которой формируются универсальные и общепрофессиональные компетенции, необходимые для современного рынка труда.

Программа производственной практики (проектно-технологической) направлена на закрепление и расширение знаний, полученных обучающимися за время теоретического обучения, в том числе в рамках учебной (ознакомительной) практики и на основе практического участия в деятельности предприятий, организаций, учреждений, формирование умения применять их в профессиональной деятельности.

Производственная практика (преддипломная) представляет элемент образовательной программы непосредственно ориентированный на профессионально - практическую подготовку бакалавров и выполнение выпускной квалификационной работы. Основными задачами преддипломной практики являются закрепление знаний, умений и навыков студентов, полученных по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы, формирование навыков ведения студентами самостоятельной исследовательской работы, приобретение знаний, умений и навыков социально-технологической, проектной, организационно-управленческой деятельности.

В качестве баз производственной практики (проектно-технологической и преддипломной) предусмотрены исследовательские центры и организации, отделы и подразделения различных предприятий, специализирующиеся на социологических, маркетинговых и социально-экономических исследованиях, изучении общественного мнения, исследованиях рынков, потребительского поведения; территориальные органы Федеральной службы государственной статистики и другие статистические организации, отделы и ведомства предприятий и учреждений, в том числе специализирующиеся на управлении деятельностью в области статистики, что соответствует области, сфере, объектам, видам, задачам и типам задач профессиональной деятельности выпускников кафедры «Социология, политология и право», обучающихся по направлению подготовки 39.03.01. «Социология» направленности (профиля) «Экономическая социология и маркетинг».

Содержание программ и баз практик свидетельствует об их способности сформировать практические навыки обучающихся, предъявляемых к выпускникам ОПОП на рынке труда и направлено на обеспечение непрерывности и последовательности овладения студентами компетенций, предполагаемых для реализации профессиональной деятельности.

Анализ рабочих программ дисциплин и рабочих программ практик убедительно доказывает и обосновывает грамотную, логически выстроенную структуру реализуемой ОПОП, которая предполагает разнообразные формы текущего, промежуточного и итогового контроля успеваемости обучающихся, предполагающие контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, самостоятельной работы, выполнение контрольных и курсовых работ, рефератов, тестовых заданий, зачетов и экзаменов с опорой на обширную учебно-методическую документацию и материалы, что в совокупности формирует возможность планомерного освоения ОПОП обучающимися.

На основании проведенной экспертизы оценочных материалов можно сделать заключение о том, что оценочные материалы ОПОП 39.03.01 «Экономическая социология и маркетинг» позволяют установить соответствие уровня подготовки, обучающихся к результатам освоения ОПОП, а именно: оценить результаты освоения ООП как по отдельным дисциплинам (модулям), практикам, так и в целом по ОПОП; выявить уровень сформированности общекультурных, общепрофессиональных, профессиональных компетенций, определенных во ФГОС, на каждом этапе формирования компетенций. Перечень формируемых компетенций, которыми должен овладеть обучающийся в результате освоения дисциплины, соответствует ФГОС ВО и современным требованиям, предъявляемым к выпускникам на рынке труда, будущей профессиональной деятельности. Показатели и критерии оценивания компетенций, а также шкалы оценивания обеспечивают возможность проведения всесторонней оценки результатов обучения, уровней сформированности компетенций. Контрольные задания и иные материалы оценки результатов освоения разработаны на основе принципов оценивания: валидности, определенности, однозначности, надёжности, а также соответствуют требованиям к составу и взаимосвязи оценочных средств, полноте по количественному составу оценочных средств и позволяют объективно оценить результаты обучения, уровни сформированности компетенций. Методические материалы ОМ содержат чётко сформулированные рекомендации по проведению процедуры оценивания результатов обучения и сформированности компетенций. Направленность ОМ по дисциплинам учебного плана соответствует целям ОПОП ВО по направлению 39.03.01 «Социология» и требованиям, предъявляемым к выпускникам на рынке труда. Объем оценочных материалов соответствует учебному плану направления подготовки 39.03.01 «Социология». Содержание ОМ соответствует целям ОПОП по направлению подготовки 39.03.01 «Социология», утвержденному профстандарту, соответствующего профессиональной деятельности выпускников и будущей профессиональной деятельности обучающихся. Качество ОМ обеспечивает объективность и достоверность результатов при проведении оценивания результатов обучения.

Таким образом, рецензируемая ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» имеет безусловные конкурентные преимущества, поскольку способна обеспечить потребность современного рынка труда посредством обеспечения качественной практикоориентированной подготовки бакалавров, обладающих компетенциями, предъявляемыми рынком труда, ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, учитывая их потребности и запросы, а также их привлечения при реализации дисциплин, формирующих профессиональные компетенции, учет инновационных компонент, отраженных в темах курсовых и выпускных квалификационных работ (ВКР), их защит с приглашением представителей предприятий отрасли, работодателей.

Качественная практикоориентированная подготовка бакалавров подтверждается актами о внедрении результатов исследований, разработанных на основе теоретико-методологических и практических изысканий в выпускных квалификационных работах по ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» по направлению подготовки бакалавров 39.03.01 «Социология», а также отражены в актах/справках об использовании результатов исследований ВКР в практике деятельности ведущих организаций и предприятий.

В качестве рекомендаций, направленных на повышение качества подготовки, предлагается дальнейшее совершенствование реализуемого углубленного изучения области знаний экономической социологии и маркетинга с привлечением специалистов - представителей зарубежного научного сообщества в рамках проведения мастер-классов, научно-практических конференций в области экономической социологии и маркетинга.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Рецензируемая ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 39.03.01 «Социология», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «5» февраля 2018 г. № 75 с учетом профессионального стандарта, соответствующего профессиональной деятельности выпускников и соответствует современным требованиям рынка труда.

Дата
26.10.2020

Рецензент
Генеральный директор маркетингового
агентства ООО «БлуБэг»
(место работы, должность)


(Личная подпись) О.В. Жукова



ЭКСПЕРТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ

на основную профессиональную образовательную программу по направлению подготовки высшего образования 39.03.01 «Социология» - программу бакалавриата «Экономическая социология и маркетинг», реализуемой в ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»

Рецензируемая ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» по направлению подготовки бакалавров 39.03.01 «Социология» представляет собой систему документов, разработанную на основе актуализированного федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 39.03.01 «Социология», утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «5» февраля 2018 г. № 75 с учетом профессионального стандарта, соответствующего профессиональной деятельности выпускников и на основе анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники, иных источников.

В современных условиях ускоренного развития экономики и на уровне современных требований социального благополучия формируется растущая потребность в работниках способных рационально организовывать и планировать работу, быстро адаптироваться к изменениям техники, технологии и организации труда, современного рынка. В данной связи рецензируемая ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» по направлению подготовки бакалавров 39.03.01 «Социология» реализует формирование всех функциональных качеств выпускника, обоснованно отражающих перечисленные требования рынка труда.

Обоснование соответствия ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» по направлению подготовки бакалавров 39.03.01 «Социология» доказательно их востребованностью ООО «РБСС-Казань», поскольку выпускники обладают сформированными в процессе обучения компетенциями применения количественных и качественных социологических методов для проведения научных исследований в области общественных и гуманитарных наук, практических исследований и разработок, обеспечивающих стабильные маркетинговые бизнес-процессы; умеют составлять аналитические материалы для формирования рекомендаций в сфере маркетингового управления бизнес-процессами и оценки их социально-экономической эффективности; владеют навыками использования методов социально-экономического анализа поведения экономических агентов на современном рынке; знают алгоритм использования методов социологического анализа данных, владеют социологическими методами формирования маркетинговых стратегий на основе фундаментального или прикладного социологического и маркетингового исследования и в рамках профессиональной деятельности по применению прикладных статистических программ по обработке эмпирических данных, предоставления услуг по анализу и размещению статистической информации и связанная с этим деятельность приложения компетенций, которыми в полном объеме обладают выпускники по направлению подготовки бакалавров 39.03.01 «Социология».

К области профессиональной деятельности, в которых выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность, относится область «08 Финансы и экономика (в сфере статистики)», поскольку она соответствует уровню образования выпускников и полученных компетенций требованиям к квалификации работника, а также на основании того, что в результате анализа утвержденных профессиональных стандартов при формировании профессиональных компетенций был учтен профессиональный стандарт, соответствующий видам профессиональной деятельности и требованиям к образованию и обучению выпускников кафедры социологии, политологии

и права - Профессиональный стандарт 08.022 «Статистик» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 8 сентября 2015 г. N 605н, регистрационный номер 459).

ООО «РБСС-Казань», реализуя в профессиональной деятельности задачи социально-технологического типа заинтересованы в формируемых у выпускников ОПОП «Экономическая социология и маркетинг», компетенций и навыков их применения в рамках их производственно-прикладной реализации, которые включают: участие в выборе и адаптации социальной технологии для решений актуальной исследовательской социально-экономической проблемы; детализацию технологии сбора информации применительно к условиям исследования и особенностями выбранной методической стратегии; согласование организационных, технологических и методических вопросов в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения; подготовку методических документов для проведения инструктажа персонала по сбору информации в процессе организации сбора данных; формирование научно-методического, технического информационного обеспечения социологических и маркетинговых исследований, разработку рекомендаций для социологических и маркетинговых служб; подготовку полного комплекта отчетных материалов по этапу сбора информации; осуществление сбора информации в соответствии с методологическими и технологическими требованиями к соответствующим методам.

В соответствии со спецификой деятельности ООО «РБСС-Казань» у обучающихся ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» сформированы компетенции, согласно требованиям по реализуемому ООО «РБСС-Казань» проектному типу задач в профессиональной деятельности: разработку проектного предложения для проведения социологического исследования, проектной документации и программы исследования: описание проблемной ситуации, обоснование актуальности исследовательского проекта, определение цели и основных задач, объекта, предмета, гипотез исследования, выбор целевой аудитории, метода или совокупности методов (методической стратегии); разработку и согласование документации, регламентирующей взаимодействие заказчика и исполнителя социологического исследования; разработку проекта, методического инструментария и программы социологического и маркетингового исследования, соответствующих задачам исследования и используемым методам; выбор и описание метода или совокупности методов сбора и обработки информации для всех этапов исследования; создание концептуальной модели измеряемых показателей согласно задачам исследования и гипотезам определение принципов отбора источников информации; анализ статистических данных социологических и маркетинговых исследований с применением прикладных статистических программ, веб – аналитики для профессиональной проектной деятельности; интерпретацию результатов анализа статистических данных социологических и маркетинговых исследований; разработку аналитических материалов и итоговых документов по результатам: статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования с выводами и рекомендациями.

Организационно-управленческие задачи, реализуемые в рамках деятельности ООО «РБСС-Казань» сопряжены с качественной подготовкой бакалавров ОПОП «Экономическая социология и маркетинг», поскольку их умение выпускников решать организационно-управленческие типы задач в рамках профессиональной деятельности связаны с формированием и анализом информационных массивов, обеспечивающих мониторинг социально-экономической сферы, разработкой управленческого воздействия на неё и оценкой эффекта управленческого воздействия на решение профессиональных организационно-управленческих задач; формированием социально-значимых и экономически обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности экономической социологии и маркетинга; разработкой предложений и рекомендаций по улучшению социально-экономических программ и стратегий; применением результатов социологических и маркетинговых исследований в процессах принятия экономически обоснованных управленческих решений на основе

положений социологических и экономических теорий; организацией и проведением маркетинговых исследований по элементам комплекса маркетинга, направленных на разработку программ, методик и оценкой программной и проектной деятельности административно-управленческих подразделений организаций и учреждений; разработкой и применением методики анализа рынков, бизнес-процессов и рисков организаций и обработать результаты маркетинговых исследований для решения профессиональных организационно-управленческих задач; формированием стратегии принятия экономически обоснованных управленческих решений в социально-экономической и маркетинговой сферах на основе обработки результатов социологических и маркетинговых исследований по вопросам развития рынков, бизнес-процессов и рисков организации.

Таким образом, совокупность компетенций, установленных программой бакалавриата, обеспечивают способность осуществлять профессиональную деятельность в области профессиональной деятельности и сфере профессиональной деятельности, способности решать задачи профессиональной деятельности в соответствии с ФГОС ВО социально-технологического, проектного, организационно-управленческого типов.

Описание ОПОП содержит краткую информацию о программе, характеристику деятельности выпускников, информацию о квалификации выпускника, формах и сроках обучения, выпускающей кафедре, перечень универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, которыми должен обладать выпускник в результате освоения ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» по направлению подготовки бакалавров 39.03.01 «Социология».

Задачи профессиональной деятельности выпускников определены с учетом современных запросов работодателей и с учетом утвержденного профессионального стандарта, соответствующего профессиональной деятельности выпускников, что, безусловно учтено в полном перечне дисциплин, относящихся к части рабочего учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Структура рабочего учебного плана логично выстроена в соответствии с задачами профессиональной деятельности, последовательна в отражении поступательного овладения обучающимися требуемых компетенций. Рабочие программы дисциплин наглядно демонстрируют использование активных и интерактивных форм проведения занятий. Оценка рабочих программ дисциплин позволяет сделать вывод, что содержание дисциплин соответствует компетентностной модели выпускника.

Обоснованием соответствия ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» по направлению подготовки бакалавров 39.03.01 «Социология» является овладение выпускников направления требуемым компетенциям современного рынка труда и реализации социально-технологического, организационно-управленческого, проектного типа задач в рамках профессиональной деятельности. Компетенции, сформированные обучающимися, актуальны на рынке труда в таких организациях как: исследовательские центры и организации, специализирующиеся на социологических, маркетинговых и социально-экономических исследованиях, изучении общественного мнения, исследованиях рынков, потребительского поведения; территориальные органы Федеральной службы государственной статистики и другие статистические организации, отделы и ведомства предприятий и учреждений, в том числе специализирующиеся на управлении деятельностью в области статистики.

Разработанная ОПОП предусматривает профессионально-практическую подготовку обучающихся в виде учебной (ознакомительной) практики, производственной (проектно-технологической) и производственной (преддипломной) практик.

Содержание учебной практики направлено на закрепление и расширение теоретических знаний обучающихся, полученных при изучении дисциплин, и практическое знакомство обучающихся со спецификой профессиональной деятельности экономической социологии и маркетинга.

Программа производственной практики (проектно-технологической) направлена на реализацию системы подготовки бакалавров, умело сочетающих теоретические знания с решением практических вопросов предприятий и учреждений.

Производственная практика (преддипломная) проводится для выполнения выпускной квалификационной работы. Для поиска информации и проведения социологических, социально-экономических и маркетинговых исследований в рамках преддипломной практики выпускники направления 39.03.01 «Социология» профиля «Экономическая социология и маркетинг» обладают компетенциями организатора, эрудированностью, самостоятельностью и владеют способностью составления аналитической отчётности и рекомендаций для формирования и принятия управленческих решений на основе результатов социологических и маркетинговых исследований с использованием прикладного программного обеспечения.

Производственная практика (проектно-технологическая и преддипломная) проводится на базе исследовательских центров и организаций, отделов и подразделений различных предприятий, специализирующихся на социологических, маркетинговых и социально-экономических исследованиях, изучении общественного мнения, исследованиях рынков, потребительского поведения; территориальных органов Федеральной службы государственной статистики и других статистических организаций, отделов и ведомств предприятий и учреждений, в том числе специализирующиеся на управлении деятельностью в области статистики.

Содержание программ и баз практик свидетельствует об их способности сформировать профильные практические навыки обучающихся. Анализ программ дисциплин, учебной, производственной (проектно-технологической) и преддипломной практик обоснованно доказывает, что реализация ОПОП формирует универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции для современного рынка, где сегодня с опорой на научный базис требуется знание аналитических приемов и процедур в рамках социально-экономического, маркетингового и статистического изучения особенностей функционирования современного общества, отдельных социальных групп, потребителей, осуществлять опросы населения в ходе социологических и социально-экономических обследований и пр.

На основании проведенной экспертизы оценочных материалов можно сделать заключение о том, что оценочные материалы ОПОП 39.03.01 «Экономическая социология и маркетинг» позволяют установить соответствие уровня подготовки, обучающихся к результатам освоения ОПОП, а именно: оценить результаты освоения ООП как по отдельным дисциплинам (модулям), практикам, так и в целом по ОПОП; выявить уровень сформированности общекультурных, общепрофессиональных, профессиональных компетенций, определенных во ФГОС, на каждом этапе формирования компетенций. Перечень формируемых компетенций, которыми должен овладеть обучающийся в результате освоения дисциплины, соответствует ФГОС ВО и современным требованиям, предъявляемым к выпускникам на рынке труда, будущей профессиональной деятельности. Показатели и критерии оценивания компетенций, а также шкалы оценивания обеспечивают возможность проведения всесторонней оценки результатов обучения, уровней сформированности компетенций. Контрольные задания и иные материалы оценки результатов освоения разработаны на основе принципов оценивания: валидности, определённости, однозначности, надёжности, а также соответствуют требованиям к составу и взаимосвязи оценочных средств, полноте по количественному составу оценочных средств и позволяют объективно оценить результаты обучения, уровни сформированности компетенций. Методические материалы ОМ содержат чётко сформулированные рекомендации по проведению процедуры оценивания результатов обучения и сформированности компетенций. Направленность ОМ по дисциплинам учебного плана соответствует целям ОПОП ВО по направлению 39.03.01 «Социология» и требованиям, предъявляемым к выпускникам на рынке труда. Объем оценочных материалов соответствует учебному плану направления подготовки 39.03.01 «Социология». Содержание ОМ соответствует целям ОПОП по направлению подготовки

39.03.01 «Социология», утвержденному профстандарту, соответствующего профессиональной деятельности выпускников и будущей профессиональной деятельности обучающихся. Качество ОМ обеспечивает объективность и достоверность результатов при проведении оценивания результатов обучения.

Рецензируемая ОПОП имеет высокий уровень обеспеченности учебно-методической документацией, основной и дополнительной литературой по каждой из преподаваемых дисциплин.

В качестве сильных сторон (конкурентных преимуществ) рецензируемой ОПОП следует отметить: актуальность ОПОП, разработанной с учетом потребностей современного рынка, привлечение для реализации ОПОП опытных педагогических работников, а также ведущих специалистов - практиков; учет требований работодателей при реализации дисциплин, формирующих профессиональные компетенции; практикоориентированность при прохождении всех видов практик в рамках ОПОП; подготовка актуальных аналитических материалов на всех этапах научно-исследовательской работы студентов; защита выпускных квалификационных работ с участием предприятий работодателей.

Выпускные квалификационные работы ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» по направлению подготовки бакалавров 39.03.01 «Социология» представляют собой самостоятельные научно-исследовательские проекты в области исследования социально-экономических и маркетинговых особенностей развития предприятий и организаций, содержат теоретико-методологический анализ социологических теорий, социально-экономических подходов и маркетинговых концепций и реализованных практических задач на базе ведущих организаций и предприятий, в рамках которых проводится сбор эмпирические данных исследований.

В качестве рекомендаций, направленных на повышение качества подготовки, предлагается дальнейшее тесное взаимодействие с заинтересованными предприятиями, приглашение специалистов из числа работодателей, привлекаемых к преподаванию дисциплин, формирующих профессиональные компетенции.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Рецензируемая ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 39.03.01 «Социология», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «5» февраля 2018 г. № 75 с учетом профессионального стандарта, соответствующего профессиональной деятельности выпускников и соответствует современным требованиям рынка труда.

Дата

26.10.2020

Рецензент

Директор ООО «РБСС-Казань»
(место работы, должность)



Д.Ю.Ульянов

ЭКСПЕРТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ

на основную профессиональную образовательную программу по направлению подготовки высшего образования 39.03.01 «Социология» – программу бакалавриата «Экономическая социология и маркетинг», реализуемой ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»

Рецензируемая ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» по направлению подготовки бакалавров 39.03.01 «Социология» представляет собой систему документов, разработанную на основе актуализированного федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 39.03.01 «Социология», утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «5» февраля 2018 г. № 75 с учетом профессионального стандарта, соответствующего профессиональной деятельности выпускников и на основе анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники, иных источников.

Обоснование и доказательная необходимость ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» по направлению подготовки бакалавров 39.03.01 «Социология» продиктована возникшей динамичностью общественного производства, требующего постоянного трансформации содержания, характера и направленности профессиональной деятельности современного выпускника. Перечисленное обосновывает непереносимое требование к выпуску бакалавров по направлению подготовки бакалавров 39.03.01 «Социология» ОПОП «Экономическая социология и маркетинг», поскольку они отвечают возросшему требованию к качеству профессиональной и практикоориентированной подготовки, что сегодня является детерминантой ускоренного развития экономики и социальных систем на уровне современных требований рынка труда.

Обоснованная востребованность выпускников по направлению подготовки бакалавров 39.03.01 «Социология» ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» доказана наличием ключевых компетенций у выпускников, высокого уровня и качества трудового потенциала обучаемых согласно требованиям к качеству подготовки федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 39.03.01 «Социология» в целом. Диапазон применения формируемых компетенций выпускников по направлению подготовки бакалавров 39.03.01 «Социология» ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» в практической деятельности и с позиций полученного в процессе обучения образовательного капитала способствует увеличению производительности труда в социологических и маркетинговых отделах предприятий энергетической отрасли и коммерческого сектора, государственных и муниципальных организаций, подразделений, осуществляющих социологические, социально-экономические и маркетинговые исследования, что способствует достижению приоритетов их развития.

Согласно современным требованиям рынка труда и отраслевым запросам на конкурентоспособных выпускников ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» по направлению «Социология» владение необходимыми компетенциями для решения социально-технологического типа задач в рамках профессиональной деятельности и в результате приложения сформированных в процессе обучения компетенций в рамках производственно-прикладной деятельности бакалавры ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» осуществляют в рамках участия в выборе и адаптации

социальной технологии для решений актуальной исследовательской социально-экономической проблемы; детализации технологии сбора информации применительно к условиям исследования и особенностями выбранной методической стратегии; согласования организационных, технологических и методических вопросов в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения; подготовки методических документов для проведения инструктажа персонала по сбору информации в процессе организации сбора данных; формировании научно-методического, технического информационного обеспечения социологических и маркетинговых исследований, разработку рекомендаций для социологических и маркетинговых служб; подготовки полного комплекта отчетных материалов по этапу сбора информации; осуществления сбора информации в соответствии с методологическими и технологическими требованиями к соответствующим методам.

В современных социально-экономических условиях реализация выпускниками ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» по направлению «Социология» проектного типа задач в профессиональной деятельности отражает требуемые современными работодателями навыки разработки проектного предложения для проведения социологического исследования, проектной документации и программы исследования: описания проблемной ситуации, обоснование актуальности исследовательского проекта, определение цели и основных задач, объекта, предмета, гипотез исследования, выбора целевой аудитории, метода или совокупности методов (методической стратегии); разработки и согласования документации, регламентирующей взаимодействие заказчика и исполнителя социологического исследования; разработки проекта, методического инструментария и программы социологического и маркетингового исследования, соответствующих задачам исследования и используемым методам; выборе и описании метода или совокупности методов сбора и обработки информации для всех этапов исследования; в создании концептуальной модели измеряемых показателей согласно задачам исследования и гипотезам, а также определение принципов отбора источников информации; в анализе статистических данных социологических и маркетинговых исследований с применением прикладных статистических программ, веб – аналитики для профессиональной проектной деятельности, в том числе в интерпретации результатов анализа статистических данных социологических и маркетинговых исследований, и разработки аналитических материалов и итоговых документов по результатам статистического анализа данных социологического и маркетингового исследования с выводами и рекомендациями.

Обучение бакалавров ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» по направлению «Социология» предполагает развитие компетенций, отражающих высокий уровень профессиональной подготовки и запросы современных работодателей в области решения организационно-управленческих типов задач в рамках профессиональной деятельности, а именно: формирование и анализ информационных массивов, обеспечивающих мониторинг социально-экономической сферы, разработку управленческого воздействия на неё и оценку эффекта управленческого воздействия на решение профессиональных организационно-управленческих задач, формирование социально-значимых и экономически обоснованных организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности экономической социологии и маркетинга; разработку предложений и рекомендаций по улучшению социально-экономических программ и стратегий; применение результатов социологических и маркетинговых исследований для принятия экономически обоснованных управленческих решений на основе положений социологических и экономических теорий; организацию и проведение маркетинговых исследований по элементам комплекса маркетинга, направленных на разработку программ, методик и оценку программной и проектной деятельности административно- управленческих подразделений организаций и

учреждений; разработку и применение методики анализа рынков, бизнес-процессов и рисков организаций и обработку результатов маркетинговых исследований для решения профессиональных организационно-управленческих задач; формирование стратегий принятия экономически обоснованных управленческих решений в социально-экономической и маркетинговой сферах на основе обработки результатов социологических и маркетинговых исследований по вопросам развития рынков, бизнес-процессов и рисков организации.

Поскольку бакалавры ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» обладают высоким уровнем освоения универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, решение социально-технологического, организационно-управленческого, проектного типа задач в процессе профессиональной деятельности формирует константное обоснование необходимости ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» с позиций современного работодателя, так как экстраполирование полученных компетенций, системно реализуемых посредством обобщенных трудовых функций, умения организации работы по подготовки и сбору данных социологических и маркетинговых исследований, в том числе в процессе организации сбора данных при опросе общественного мнения для подготовки проектного предложения для проведения социологического исследования, проекта в области экономической социологии и маркетинга и экономически обоснованных решений в рамках профессиональных организационно-управленческих задач, базируясь на анализе данных социологических и маркетинговых исследований в профессиональной проектной деятельности реплицируют содержание указанных компетенций в несомненный потенциал выпускника на современном рынке.

Краткая характеристика областей и сфер профессиональной деятельности выпускника: социологические, маркетинговые, социально-экономические исследования общества, социальных явлений и процессов: сбор статистических данных, подготовка проектного предложения, программы исследования, организация и проведение исследования, применение прикладных статистических программ, результатов расчетов статистических показателей, аналитических приемов, процедур, обработка, анализ данных, интерпретация и объяснение статистических данных, подготовка отчетных материалов и итоговых документов для решения экономически обоснованных профессиональных организационно-управленческих задач, бизнес-процессов и рисков организаций на основе анализа результатов социологических, маркетинговых исследований рынков и современных социально-экономических проблем предприятий, в том числе энергетической отрасли Республики Татарстан.

Типы организаций, в которых может осуществлять профессиональную деятельность выпускник: исследовательские центры и организации, специализирующиеся на социологических, маркетинговых и социально-экономических исследованиях, изучении общественного мнения, исследованиях рынков, потребительского поведения; территориальные органы Федеральной службы государственной статистики и другие статистические организации, отделы и ведомства предприятий и учреждений, в том числе специализирующиеся на управлении деятельностью в области статистики.

Сгенерированный и накопленный к настоящему моменту обширный опыт образовательных методик, продуцируемых в рамках обучения по ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» по направлению подготовки бакалавров 39.03.01 «Социология» с учетом актуальных требований к модели и компетентностному арсеналу выпускника с учетом их профессиональных задач, предъявляемых на рынке труда ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, учет актуальности разработки критериев оценки качества образования с позиций работодателей является результирующей особенностью социального-профессионального заказа на подготовку кадров в Республике Татарстан.

Компетентностный подход, опирающийся на комплексную подготовку выпускника указанной ОПОП учитывает такие параметры оценки результативности образования, реализуемой ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» как уровень его соответствия современным потребностям перспективного развития ведущих отраслей экономики, региона и страны, в целом, предусматривая интересы различных социальных групп, что на практике обосновывает доказательную необходимость в выпускниках по направлению подготовки бакалавров 39.03.01 «Социология» по ОПОП «Экономическая социология и маркетинг».

Грамотное конструирование ОПОП «Экономическая социология и маркетинг», высокий уровень овладения выпускниками указанной ОПОП набором универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций детерминирует восходящий тренд на запросы обучающихся со стороны работодателей на уровне прохождения всех видов профессиональной практической подготовки обучающихся в рамках учебной (ознакомительной) практики, производственной (проектно-технологической) и производственной (преддипломной) практик, поскольку доказательностью универсальности предлагаемого образования по ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» служит разработка и проведение практикоориентированных курсов, разработанных в рамках учебного плана 39.03.01 «Социология», соответствующего современным темпам модернизации высшей школы с одной стороны и рынка труда, с другой. Высокая компетентность профессорско-преподавательского состава ОПОП «Экономическая социология и маркетинг», сформированный человеческий и образовательный ресурс, мультиплицированный благодаря грамотно структурированному кадровому составу с учетом привлечения специалистов с производства и организациями-работодателями исключили ресурсную ограниченность возможностей разработки качественных практикоориентированных курсов и позволили конструировать рабочие программы дисциплин, рабочие программы практик, удовлетворяющие потребностям научной социологической конкретной школы и отвечающим требованиям бизнес-окружения.

Обобщенные трудовые функции, экстраполирующие понимание и опыт организации работы по сбору данных социологического и маркетингового исследования конструктивно и репликативно учтенные в реализуемых компетенций в рамках всех видов деятельности выпускника ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» отражают совокупность связанных между собой трудовых функций в рамках производственных и бизнес-процессов, предусматривающих формирование последовательного усваиваемого набора компетенций в соответствии с социально-технологическим, организационно-управленческим, проектным типам задач профессиональной деятельности выпускника по направлению подготовки бакалавров 39.03.01 «Социология» по ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» и учтены, согласно требованиям работодателей и интегрированы в области профессиональной деятельности, в которых выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность, а именно «08 Финансы и экономика (в сфере статистики)», поскольку она соответствует уровню образования выпускников и полученных компетенций требованиям к квалификации работника, а также на основании того, что в результате анализа утвержденных профессиональных стандартов при формировании профессиональных компетенций был учтен профессиональный стандарт, соответствующий видам профессиональной деятельности и требованиям к образованию и обучению выпускников кафедры социологии, политологии и права - Профессиональный стандарт 08.022 «Статистик» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 8 сентября 2015 г. N 605н, регистрационный номер 459).

Таким образом, совокупность компетенций, установленных программой бакалавриата, обеспечивают способность осуществлять профессиональную

деятельность в области профессиональной деятельности и сфере профессиональной деятельности в соответствии с ФГОС ВО, способности решать задачи профессиональной деятельности социально-технологического, проектного, организационно-управленческого типов.

Учебная (ознакомительная) практика способствует получению первичных профессиональных умений и опыта первичной профессиональной деятельности, вырабатывает практические навыки и способствует комплексному формированию универсальных и общепрофессиональных компетенций, направлена на приобретение навыков анализа и осмысления комплексных социальных процессов, знаний основ методики проведения социологического и маркетингового исследования.

Производственная практика (проектно-технологическая) ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» формирует у обучающегося профессиональные навыки, закрепляет и углубляет теоретические знания, полученные в процессе обучения, а также формирует умения и навыки по разработке выводов и рекомендаций для принятия обоснованных решений по социальному, социально-экономическому и маркетинговому развитию предприятия, оптимизации его маркетинговой стратегии на основе применения социально-экономического прогноза. Целью производственной практики является закрепление и расширение знаний, полученных обучающимися за время освоения дисциплин, предшествующих производственной (проектно-технологической) практике и в результате прохождения учебной (ознакомительной) практики.

Базами производственной практики (проектно-технологической и преддипломной) являются исследовательские центры и организации, отделы и подразделения различных предприятий, специализирующиеся на социологических, маркетинговых и социально-экономических исследованиях, изучении общественного мнения, исследованиях рынков, потребительского поведения; территориальные органы Федеральной службы государственной статистики и другие статистические организации, отделы и ведомства предприятий и учреждений, в том числе специализирующиеся на управлении деятельностью в области статистики, что соответствует объектам и видам профессиональной деятельности выпускника ОПОП «Экономическая социология и маркетинг», способствующие последовательному формированию практических навыков обучающихся самостоятельного решения поставленных практических проектно-технологических задач, что отвечает стандартам подготовки и специфики работы будущего специалиста.

Производственная практика (преддипломная) представляет обязательный элемент образовательной программы непосредственно ориентированный на профессионально - практическую подготовку бакалавров, проводится для выполнения выпускной квалификационной работы на базе ведущих предприятий и организаций отрасли рынка труда. В ходе прохождения производственной практики (преддипломной) закрепляются теоретические знания, полученные в процессе обучения, приобретаются компетенции прикладного характера для самостоятельного решения актуальных и практически значимых социальных, социально-экономических и маркетинговых задач, осуществляется сбор эмпирических материалов для обеспечения самостоятельной профессиональной деятельности и подготовки социологического, социально-экономического и маркетингового исследования. В период преддипломной практики обучающиеся анализируют целевой рынок, разрабатывают эффективные социологические и социально-экономические программы и методы управления маркетингом организации, производят оценку социально-экономических последствий маркетинговых кампаний, приобретают навыки социально-технологической, проектной и организационно-управленческой деятельности. Собранные эмпирические данные и разработанные практические предложения по совершенствованию социальных, социально-экономических и маркетинговых процессов в организации – базы практики -

ложатся в основу выпускной квалификационной работы. Цели и задачи преддипломной практики соответствуют задачам профессиональной деятельности выпускника ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» и лежат в плоскости апробации и углубления практических умений и навыков профессиональной деятельности, разработки методологического и методического разделов программы социологического и маркетингового исследования как составной части плана выпускной квалификационной работы, изучение конкретной организации (предприятия) как самостоятельного субъекта рынка и объектно-предметной области исследования, анализ литературы и документальных источников, сбора и обработки эмпирической информации, разработка программы и инструментария социологического и маркетингового исследования, создание информационной базы по заявленной теме выпускной квалификационной работы, анализ данных социологического и маркетингового исследования, формирование направлений совершенствования и практических рекомендаций по оптимизации бизнес-процессов с позиции социологического, социально-экономического и маркетингового знания.

Убедительно доказывает и обосновывает актуальность ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» содержание комплекта рабочих программ дисциплин и рабочих программ практик, которые аккумулируют современные знания в области экономической социологии и маркетинга, практики проведения социологических и маркетинговых исследований и их анализа с применением современных прикладных программ, изучения общественного мнения, социального проектирования и прогнозирования и других дисциплин, содержащих современное социологическое, социально-экономическое и маркетинговое знание, и демонстрируют разнообразные формы работы с обучающимися в рамках текущего, промежуточного и итогового контроля успеваемости.

На основании проведенной экспертизы оценочных материалов можно сделать заключение о том, что оценочные материалы ОПОП 39.03.01 «Экономическая социология и маркетинг» позволяют установить соответствие уровня подготовки обучающихся к результатам освоения ОПОП, а именно: оценить результаты освоения ООП как по отдельным дисциплинам (модулям), практикам, так и в целом по ОПОП; выявить уровень сформированности общекультурных, общепрофессиональных, профессиональных компетенций, определенных во ФГОС, на каждом этапе формирования компетенций. Перечень формируемых компетенций, которыми должен овладеть обучающийся в результате освоения дисциплины, соответствует ФГОС ВО и современным требованиям, предъявляемым к выпускникам на рынке труда, будущей профессиональной деятельности. Показатели и критерии оценивания компетенций, а также шкалы оценивания обеспечивают возможность проведения всесторонней оценки результатов обучения, уровней сформированности компетенций. Контрольные задания и иные материалы оценки результатов освоения разработаны на основе принципов оценивания: валидности, определенности, однозначности, надёжности, а также соответствуют требованиям к составу и взаимосвязи оценочных средств, полноте по количественному составу оценочных средств и позволяют объективно оценить результаты обучения, уровни сформированности компетенций. Методические материалы ОМ содержат чётко сформулированные рекомендации по проведению процедуры оценивания результатов обучения и сформированности компетенций. Направленность ОМ по дисциплинам учебного плана соответствует целям ОПОП ВО по направлению 39.03.01 «Социология» и требованиям, предъявляемым к выпускникам на рынке труда. Объем оценочных материалов соответствует учебному плану направления подготовки 39.03.01 «Социология». Содержание ОМ соответствует целям ОПОП по направлению подготовки 39.03.01 «Социология», утвержденному профстандарту, соответствующего профессиональной деятельности выпускников и будущей профессиональной деятельности обучающихся. Качество ОМ обеспечивает

объективность и достоверность результатов при проведении оценивания результатов обучения.

Квалификация педагогических работников организации соответствует квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках.

Не менее 70 % численности педагогических работников организации, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых организацией к реализации программы бакалавриата, на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведут научную, учебно-методическую и практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

Не менее 5 % численности педагогических работников организации, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых организацией к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являются руководителями и работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (имеют стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

Не менее 60 % численности педагогических работников организации и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности организации на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации) или ученое звание (в том числе ученое звание, полученное в иностранном государстве и признаваемое в Российской Федерации).

Материально-технические условия реализации образовательной программы и учебно-методическое обеспечение ОПОП ВО соответствуют требованиям ФГОС ВО.

Регулярно проводится внутренняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата, в рамках которой обучающимся предоставляется возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик, а также привлекаются работодатели и их объединения, иные юридические и физические лица, включая педагогических работников организации.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по программе бакалавриата обучающимся предоставляется возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности по программе бакалавриата в рамках процедуры государственной аккредитации осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по программе бакалавриата требованиям ФГОС ВО с учетом соответствующей ПООП.

Резюмируя оценку ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» по направлению подготовки бакалавров 39.03.01 «Социология» отмечено, что она обеспечивает рынок труда специалистами в сфере профессиональной деятельности экономической социологии и маркетинга, обеспечивает удовлетворение потребностей предприятий, организаций в условиях рыночной экономики посредством приложения профессиональных компетенций выпускников ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» к решению актуальных вопросов в условиях рыночной экономики, продуцирует кадровое обеспечение и ведение производственно-коммерческой деятельности как на уровне предприятия, так и на уровне регионов, внутреннего и внешнего рынков, учитывая потребности и запросы работодателей отрасли.

В качестве рекомендаций, направленных на повышение качества подготовки обучающихся по направлению подготовки бакалавров 39.03.01 «Социология» предлагается увеличение доли студентов, привлекаемых к научно-исследовательской деятельности в рамках проведения круглых столов, форумов, вебинаров, олимпиадных движений, способствующих расширению межвузовских и международных связей и повышение мотивации студентов к участию в научно-исследовательской деятельности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Рецензируемая ОПОП «Экономическая социология и маркетинг» разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 39.03.01 «Социология», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «5» февраля 2018 г. № 75 с учетом профессионального стандарта, соответствующего профессиональной деятельности выпускников и отвечает современным требованиям рынка труда.

Дата
26.10.2020

Рецензент
Доктор социологических наук,
профессор кафедры «Общей и этнической социологии»
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»
(место работы, должность, ученая степень)



Ю.Р.Хайруллина

(личная подпись)

