

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»

СОГЛАСОВАНО

Директор ИЭФ



25 мая 2020 г.

Ю.И. Соколов

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор





В.В. Виноградов

29 мая 2020 г.

Кафедра «Экономика и управление на транспорте»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Направление подготовки:	<u>38.03.06 Торговое дело</u>
Профиль:	<u>Маркетинг</u>
Типы задач профессиональной деятельности	<u>аналитическая, организационно-управленческая</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>Очная</u>
Год начала обучения:	<u>2020</u>

<p>Одобрена на заседании Учебно-методической комиссии института</p> <p>Протокол № <u>6</u> «<u>20</u>» <u>мая</u> 2020 г.</p> <p>Председатель учебно-методической комиссии</p> <p> М.В. Ишханян</p>	<p>Одобрена на заседании выпускающей кафедры</p> <p>Протокол № <u>1</u> «<u>31</u>» <u>августа</u> 2020 г.</p> <p>Заведующий кафедрой ЭУТ</p> <p> Н.П. Терешина</p>
--	---

Образовательная программа высшего образования в виде электронного документа выгружена из единой корпоративной информационной системы управления университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 2575
Подписал: Заведующий кафедрой ЭУТ Терешина Наталья Петровна
Дата: 31.08.2020

Москва 2020 г.

Содержание

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Образовательная программа высшего образования, реализуемая вузом по направлению подготовки/специальности

1.2. Нормативные документы для разработки образовательной программы

1.3. Общая характеристика вузовской образовательной программы высшего образования

1.3.1. Социальная роль, цели и задачи ОП ВО

1.3.2. Срок получения образования по программе

1.3.3. Объем программы

1.4. Требования к абитуриенту

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ОП по направлению подготовки/специальности

2.1. Область профессиональной деятельности выпускника

2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника

2.3. Виды (типы задач) профессиональной деятельности выпускника

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника

3. Компетенции выпускника как совокупный планируемый результат освоения образовательной программы

4. Сведения о научно-педагогических работниках

5. Учебный план

6. Примерный календарный учебный график

7. Рабочие программы учебных дисциплин

8. Программы практик

9. Фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации (приложение)

10. Разработчики образовательной программы

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Образовательная программа высшего образования, реализуемая вузом по направлению подготовки/специальности

ОП ВО представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную ФГБ ОУ ВО «Российский университет транспорта (МИИТ)» (РУТ (МИИТ) с учетом потребностей регионального рынка труда, требований федеральных органов исполнительной власти и соответствующих отраслевых требований на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 "Торговое дело".

1.2. Нормативные документы для разработки образовательной программы

Нормативно-правовую базу разработки ОП ВО составляют:

- Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации";

- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301;

- Методические рекомендации по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утв. Минобрнауки России 08.04.2014 № АК-44/05вн);

- Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утв. Приказом Минобрнауки России от 29.06.2015 г. № 636;

- Образовательный стандарт высшего образования федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет транспорта» по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным Приказом РУТ (МИИТ) от «31» мая 2019 № 450/а;

- Устав Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Российский университет транспорта".

1.3. Общая характеристика вузовской образовательной программы высшего образования

1.3.1. Социальная роль, цели и задачи ОП ВО

Миссией ОП ВО по профилю «Маркетинг» является предоставление современных образовательных услуг по подготовке кадров для сферы коммерческих отношений на же-лезнодорожном и других видах транспорта, а также для организации и управления на торгово-коммерческих предприятиях для неработающих абитуриентов, обладающих уровнем образования не ниже общего

среднего или среднего профессионального, с применением методических разработок в области экономики и управления в организации, основанных на результатах широкого круга фундаментальных исследований научных школ кафедры «Экономика и управление на транспорте» и других кафедр РУТ (МИИТа). Профиль «Маркетинг» бакалаврской программы высшего профессионального образования по направлению «Торговое дело» предлагается предприимчивым абитуриентам, способных генерировать проектные идеи, творческим, креативным и, одновременно, активным, общительным, при этом способным принимать критические решения и нести за них ответственность.

Основными целями и задачами данной ОП ВО являются: обеспечить формирование бакалавра торгового дела, профессионала высокого уровня, социально мобильного, целеустремленного, организованного, трудолюбивого, ответственного, с гражданской позицией, толерантного, готового к продолжению образования и включению в инновационную деятельность на основе овладения общекультурными и профессиональными компетенциями, полноценной и гибкой личности, способной ориентироваться в сложных реалиях современной рыночной экономики, противостоять вызовам фундаментальных проблем экономики, эффективно работать в условиях экономического спада и самостоятельно принимать адекватные решения по управлению бизнес-проектами, а так же развитие у студентов личностных качеств и формирование общекультурных (универсальных) и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению «Торговое дело».

1.3.2. Срок получения образования по программе

Очная форма обучения - 4 года .

1.3.3. Объем программы

Объем учебной программы составляет 240 зачетных единиц (далее з.е.).

1.4. Требования к абитуриенту

Прием граждан в университет осуществляется в соответствии с Правилами приема в университет, утверждаемыми ректором РУТ (МИИТ) ежегодно.

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ОП по направлению подготовки/специальности

2.1. Область профессиональной деятельности выпускника

Область профессиональной деятельности выпускника включает организацию, управление и проектирование процессов в области коммерческой деятельности, маркетинга, торговой рекламы, логистики в торговле, сервисной логистике, складской логистике, транспортной логистике, товароведения и экспертизы товаров, материально-технического снабжения и сбыта, торговোпосреднической деятельности.

Выпускники направления 38.03.06 «Торговое дело», профиль «Маркетинг» профессионально ориентированы на работу руководителями, менеджерами и специалистами в различных секторах торговли на административных,

организационных, управленческих должностях:

- 1 ведущими специалистами коммерческого и маркетингового профиля;
- 2 специалистами по изучению рынка товаров и услуг, конъюнктуры торговли; специалистами в экспертных организациях по производству и реализации то-варов и услуг;
- 3 специалистами в отделах закупок и продаж отечественных и зарубежных компаний, работающих в сфере производства, сбыта товаров и услуг;
- 4 специалистами отделов снабжения и сбыта промышленных предприятий; менеджерами по продажам и закупкам, по работе с клиентами; агентами по продаже товаров и услуг; торговыми представителями; специалистами по логистике различных видов;
- 5 специалистами административных органов по вопросам торговли; в комитетах, управлениях, отделах по вопросам государственного регулирования и контроля деятельности в сфере торговли, Федеральной антимонопольной службе и других;
- 6 руководителями подразделений, ведущими специалистами в компаниях-операторах подвижного железнодорожного подвижного состава;
- 7 руководителями подразделений, ведущими специалистами в логистических, маркетинговых, коммерческих подразделениях компаний-операторов железнодорожного подвижного состава, железнодорожных сервисных компаний

2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника

- 1 товары потребительского и производственного назначения;
- 2 услуги по торговому, логистическому и рекламному обслуживанию покупате-лей;
- 3 коммерческие, товароведные, торгово-технологические, маркетинговые, логи-стические процессы;
- 4 выявляемые и формируемые потребности; средства рекламы;
- 5 методы и средства испытания и контроля качества товаров;
- 6 материальные потоки; логистические цепи и системы;
- 7 грузы, перевозимые железнодорожным транспортом;
- 8 технические средства перевозок грузов железнодорожным транспортом;
- 9 коммерческие, товароведные, торгово-технологические, маркетинговые, логи-стические процессы на железнодорожном транспорте;

2.3. Виды (типы задач) профессиональной деятельности выпускника

- 1 организационно-управленческая;
- 2 научно-исследовательская;

Конкретные виды (типы задач) профессиональной деятельности, к которым в основном готовится бакалавр по профилю «Маркетинг» на кафедре «Экономика железнодорожного транспорта» в МИИТе, относятся к сфере организации бизнеса, управления логистикой и товаро-движением, разработки проектов, связанных с организацией коммерческой деятельности, экономическому анализу на предприятиях различных форм собственности, в особенности на железнодорожном и других видах транспорта.

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника

организационно-управленческая деятельность:

- 1 сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации, необходимой для организации и управления коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и товароведной деятельностью;
- 2 изучение и прогнозирование спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка;
- 3 идентификация товаров, выявление и предупреждение их фальсификации;
- 4 составление документации в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной), и проверка правильности ее оформления;
- 5 соблюдение действующего законодательства и нормативных документов, а также требований, установленных техническими регламентами, стандартами, положениями договоров;
- 6 выбор деловых партнеров с учетом определенных критериев, проведение деловых переговоров, заключение договоров на взаимовыгодной основе и контроль за выполнением договоров;
- 7 управление ассортиментом и качеством товаров и услуг;
- 8 выбор и реализация стратегии ценообразования;
- 9 организация и планирование материально-технического обеспечения предприятия, закупки и продажи (сбыт) товаров;
- 10 повышение качества торгового обслуживания потребителей;
- 11 управление товарными запасами и их оптимизация;
- 12 управление персоналом;
- 13 анализ и оценка профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической или товароведной) для разработки стратегии организации (предприятия);
- 14 организация и осуществление профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или логистической, или рекламной, или товароведной);

научно-исследовательская деятельность:

- 1 организация, проведение маркетинговых исследований и оценка их эффективности;
- 2 проведение научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям) в соответствии с утвержденными методиками;
- 3 участие в разработке инновационных методов, средств и технологий осуществления профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);

3. Компетенции выпускника как совокупный планируемый результат освоения образовательной программы по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело и профилю «Маркетинг»

Результаты освоения ОП ВО определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

Полный состав обязательных (общекультурных, общепрофессиональных, профессиональных и иных) компетенций выпускника как совокупный планируемый результат освоения образовательной программы представлен в таблице 1.

Таблица 1.

ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

Коды компетенций	Название компетенции
1	2
ОПК-1	Способен понимать сущность и значение информационных технологий в развитии цифровой экономики, быть готовым соблюдать основные требования информационной безопасности
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для технико-экономической оценки мероприятий в области профессиональной деятельности
ОПК-3	Способен применять математический инструментарий для решения для решения конкретных прикладных задач
ОПК-4	Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно - управленческие решения в профессиональной деятельности
ОПК-5	Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов
ОПК-6	Способен воспринимать закономерности развития транспортной отрасли, осуществлять анализ и диагностику хозяйственной деятельности экономических субъектов транспортной отрасли
ОПК-7	Способен применять знания (на промежуточном уровне) экономической и управленческой теории при решении профессиональных задач в экономической, технологической и организационно-управленческой сферах
ОПК-8	Способен правильно толковать и применять правовые нормы в повседневной деятельности, обеспечивая соблюдение и защиту прав человека, осознанно исполнять требования законодательства
ОПК-9	Способен осуществлять социальное взаимодействие в обществе и служебном (трудовом) коллективе, профессиональную деятельность на основе требований правовых (в том числе – антикоррупционных) норм, содействовать противодействию коррупции

Коды компетенций	Название компетенции
1	2
ПКО-1	Способность оценивать качество товаров и услуг, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществляя контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству
ПКО-2	Готовность к выявлению и удовлетворению потребностей

Коды компетенций	Название компетенции
1	2
	покупателей товаров, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
ПКО-3	Способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации
ПКО-4	Способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг
ПКО-5	способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами
ПКО-6	способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договоры и контролировать их выполнение
ПКО-7	Способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию
ПКО-8	готовностью обеспечивать необходимый уровень качества обслуживания клиентов
ПКО-9	готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)
ПКО-10	способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий и оценивать их эффективность
ПКО-11	готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии и тактические планы организации
ПКО-12	способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение организации, закупку и продажу товаров
ПКС-1	Способен моделировать систему транспортного обеспечения деятельности организации с учетом коммерческих перспектив ее развития
ПКС-2	Способен анализировать динамику товарных и сырьевых рынков прогнозировать поведение потребителей товаров и услуг
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовать свою роль в команде
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых)

Коды компетенций	Название компетенции
1	2
	языке(ах)
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК-8	Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций

4. Сведения о научно-педагогических работниках

Процент преподавателей, имеющих учёное звание профессора и (или) степень доктора наук - 9,43%

Процент остепенённых преподавателей - 83,02%

Процент преподавателей, у которых базовое образование соответствует основной образовательной программе - 39,73%

Процент преподавателей из числа действующих руководителей и работников профильных организаци(практики) - 7,55%

5. Учебный план

Учебный план (приложение) по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело и профилю «Маркетинг» разработан в соответствии с Регламентом разработки, утверждения и корректировки учебных планов по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры и входит в качестве обязательного компонента в образовательную программу.

6. Примерный календарный учебный график

Календарный учебный график (приложение) по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело и профилю «Маркетинг» разрабатывается ежегодно Учебно-методическим управлением Университета на основе графиков, входящих в учебные планы и с учетом распределения выходных и праздничных дней в соответствующем учебном году и входит в качестве обязательного компонента в образовательную программу.

7. Рабочие программы учебных дисциплин

Рабочие программы учебных дисциплин (приложения) по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело и профилю «Маркетинг» разработаны в соответствии с Порядком разработки и утверждения рабочей программы учебной дисциплины и практики по образовательным программам высшего образования –

программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры и входят в качестве обязательного компонента в образовательную программу.

8. Программы практик

Программы практик (приложения) по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело и профилю «Маркетинг» разработаны в соответствии с Порядком разработки и утверждения рабочей программы учебной дисциплины и практики по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры и входят в качестве обязательного компонента в образовательную программу.

9. Фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации (приложение)

Фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации (приложение) по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело и профилю «Маркетинг» разработан в соответствии с Положением о формировании фондов оценочных средств по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры и входит в качестве обязательного компонента в образовательную программу

10. Разработчики образовательной программы

Н.П. Терешина 
_____ «31» августа 2020 года

В.А. Подсорин 
_____ «31» августа 2020 года