



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

**АННОТАЦИЯ
ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Программа бакалавриата

38.03.01 Экономика

Торговое дело

Владивосток

2022

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (далее – ОПОП ВО) представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную высшим учебным заведением с учетом требований рынка труда на основе образовательного стандарта.

Направленность ОПОП ВО ориентирована на:

- область (области) профессиональной деятельности и сферу (сферы) профессиональной деятельности выпускников;
- тип (типы) задач и задачи профессиональной деятельности выпускников; на объекты профессиональной деятельности выпускников или область (области) знания (при необходимости);

Направленность программы определяет предметно-тематическое содержание, преобладающие виды учебной деятельности обучающегося и требования к результатам освоения ОПОП.

Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы: бакалавр.

Трудоемкость ОПОП ВО по направлению подготовки: объем программы бакалавриата составляет 240 зачетных единиц (далее - з.е.) вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата с использованием сетевой формы, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану. Объем программы бакалавриата, реализуемый за один учебный год, составляет не более 70 з.е. вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата с использованием сетевой формы.

Срок реализации образовательной программы: 4 года.

Цели и задачи основной профессиональной образовательной программы:

Цель ОПОП – подготовка выпускника-бакалавра, осознающего социальную значимость своей профессиональной деятельности, способного на высоком

квалификационном уровне осуществлять деятельность в сфере торговли на основе овладения универсальными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями в соответствии с ФГОС ВО 3++ по направлению подготовки 38.03.01 Экономика.

Типы задач профессиональной деятельности выпускников:

аналитический:

- исследование поведения потребителей, деловой активности конкурентов, бенчмарков отраслевых лидеров, количественных и качественных параметров спроса, в том числе в цифровой среде;

организационно-управленческий:

- формирование ассортиментной политики, разработка и реализация стандартов обслуживания и мерчандайзинга предприятий сферы торговли под требования целевой аудитории;

- формирование и реализация программ лояльности потребителей предприятиями сферы торговли;

- подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;

- формирование программы продвижения предприятий сферы торговли;

- разработка торгово-технологических процессов предприятий сферы торговли;

- составление планов по материально-техническому обеспечению предприятий сферы торговли, обоснование и осуществление закупок товаров;

- управление продажами в сфере торговли;

- организация работы склада предприятий сферы торговли;

- организация логистической деятельности по перевозке грузов в цепи поставок.

Перечень профессиональных стандартов (при наличии):

-профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу» утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.02.2019 г. № 95н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 16.05.2019 г., регистрационный № 54635); коды трудовой функции Н/01.06 (исследование конкурентов), Н/02.06 (исследования пользователей), Н/03.6 (исследование спроса), I /01.6 (подбор каналов продвижения и формирование системы показателей эффективности продвижения);

-профессиональный стандарт «Специалист в сфере закупок» утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 10.09.2015 г. № 625н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 07.10.2015 г., регистрационный № 39210); код трудовой функции В/02.6 (осуществление процедур закупок);

-профессиональный стандарт «Специалист по логистике на транспорте» утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08.09.2014 г. № 616н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26.09.2014 г., регистрационный № 34134); код трудовой функции В/01.6 (организация логистической деятельности по перевозке грузов в цепи поставок).

ОПОП реализуется самостоятельно, а также с частичным применением электронного обучения, на русском языке.

Специфические особенности ОПОП ВО:

Организация учебного процесса осуществляется в соответствии с утвержденной образовательной программой, включающей документы и материалы, обновляемые ежегодно с учетом изменения законодательства, развития образовательных технологий, науки и потребностей работодателей.

Актуальность ОПОП определяется возрастающей потребностью компаний в квалифицированных кадрах с высоким уровнем компетенций в сфере торговли в современных условиях бурного развития цифровых технологий и высокой

скорости обновления знаний. Возникает необходимость в новой системе образования и профессиональной подготовки специалистов в сфере торговли, аналитически мыслящих, владеющих проектным мышлением, способных принимать нестандартные решения, постоянно совершенствующих себя и свой бизнес, социально ответственных, владеющих знаниями о процессах товародвижения в организациях торговли, о существующих возможностях управления ассортиментом и товарными запасами, об особенностях функционирования складских комплексов, умеющих принимать решения в области товарной, сбытовой, ценовой и коммуникационной политики, владеющих цифровыми технологиями продвижения товаров и услуг.

Востребованность выпускников данной образовательной программы высокая. Выпускники могут успешно работать в государственных и частных компаниях всех сфер экономики, на предприятиях оптовой и розничной торговли, в самостоятельных коммерческих фирмах, в коммерческих отделах крупных предприятий, в снабженческо-сбытовых и логистических подразделениях промышленных предприятий, в холдинговых компаниях, рекламных агентствах, маркетинговых и консалтинговых компаниях и др. в должности бренд-менеджера, маркетолога-аналитика, менеджера по маркетингу, маркетолога в области рекламы, менеджера по работе с клиентами, специалиста или начальника отдела закупок, логистики, отдела сбыта и др.

Партнеры и эксперты, участвующие в реализации программы: ООО «Владивосток-2000», ООО «Coca-Cola HBC Eurasia», ООО «АЮСС-ВСТК», ООО «Ратимир», ПАО «ВМТП», ООО Сервисный центр «Феско», ООО «Стратегия успеха», ООО ПК «КРС».

Выбор дисциплин и практик учебного плана ОПОП определяется на основе их необходимости и достаточности для формирования профессиональных компетенций выпускника с учетом запросов работодателей (ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия», ООО «Владивосток 2000», ПАО «ВМТП», ООО «АЮСС-

ВСТК», ООО «ВЛ Лоджистик», ООО «Ратимир») и требований современного рынка труда.

Учебный план ОПОП предполагает изучение следующих дисциплин и практик:

обязательная часть: «Основы проектной деятельности», «Проектная деятельность», «Иностранный язык», «История», «Философия», «Безопасность жизнедеятельности», «Физическая культура и спорт», «Риторика и академическое письмо», «Правоведение», «Экономика Азиатско-Тихоокеанского региона», «Управленческое мышление», «Введение в дисциплинарные картины мира», «История экономических учений», «Введение в экономику», «Добровольческая деятельность и волонтерское движение», «Экономический анализ», «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Эконометрика», «Институциональная экономика», «Теория отраслевых рынков», «Основы цифровой грамотности», «Цифровые технологии в экономике»;

часть, формируемая участниками образовательных отношений: «Элективные курсы по физической культуре и спорту», «Линейная алгебра», «Математический анализ», «Товароведение потребительских товаров», «Теория вероятностей и математическая статистика», «Логистика», «Электронная коммерция», «Статистика», «Финансы», «Маркетинг», «Информационные технологии в торговле», «Основы международного бизнеса», «Бухгалтерский (финансовый) учет», «Управление продажами», «Мировая экономика», «Поведение потребителей», «Цифровой маркетинг», «Таможенное дело», «Коммерческая деятельность», «Маркетинговые исследования и бенчмаркинг», «Технологии анализа рынка», «Международный маркетинг», «Маркетинг по сферам применения», «Маркетинговые коммуникации», «Маркетинг инноваций», «Логистика закупок и транспорта», «Управление транспортными системами», «Маркетинговое управление», «Торговый маркетинг», «Логистика складирования и запасов», «Логистика распределения», «Брендинг», «Мерчандайзинг»,

«Цифровые трансформации и глобальное общество», «Практика создания бизнеса»;

практики: «Учебная практика. Ознакомительная практика», «Производственная практика. Технологическая (проектно-технологическая) практика», «Производственная практика. Преддипломная практика».

В процессе обучения студенты приобретают компетенции постановки целей, задач и стратегий развития в сфере торговли, которые требуют внедрения новых управленческих подходов, основанных на современных научных теориях, учитывающих отраслевую специфику, интересы государства, ориентированных на получение конкурентных преимуществ предприятий сферы торговли и повышение качества жизни населения. Обучающиеся формируют умения самостоятельно действовать в сфере торговли, принимать оптимальные решения в ситуации высокой неопределенности; осуществлять адекватный выбор идей, теорий, методов и технологий.

Выпускник по данной образовательной программе умеет выстраивать логистические цепи в торговых организациях, выбирать оптимальные каналы дистрибуции и поставщиков; разрабатывать стратегии сегментирования, позиционирования, брендинга, нацеливаться на целевые сегменты, решать проблемы («боли») потребителя; анализировать поведение потребителей и повышать их лояльность; разрабатывать стратегии продвижения, в том числе с использованием цифровых технологий (seo, social media, контент-маркетинг, медийная реклама, веб-аналитика и проч.); «настраивать» каналы электронной торговли под требования рынка; оценивать результативность управленческих решений с использованием Google Analytics и Яндекс.Метрика; генерировать идеи для развития собственного бизнеса. Это позволит успешно развивать карьеру в любой сфере деятельности: от позиции менеджера до руководителя и владельца собственного бизнеса.

Выпускники по данной образовательной программе смогут трудоустроиться на позиции: специалист или начальник отдела закупок, логистики, отдела сбыта,

маркетинга, бренд-менеджер, мерчандайзер, торговый представитель, специалист в области SEO и контент-маркетинга, администратор или управляющий торговой точки, руководитель собственного бизнеса.

Выпускник по данной образовательной программе способен трудоустроиться в таких организациях как: ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия», ООО «Владивосток 2000», ПАО «ВМТП», ООО «АЮСС-ВСТК», ООО «ВЛ Лоджистик», ООО «Ратимир», ООО «Стратегия успеха», ООО «ПК КРС», ООО «РЕМИ» и др.

В ДВФУ реализуется организационная модель инклюзивного образования – обеспечение равного доступа к образованию для всех обучающихся с учетом различных особых образовательных потребностей и индивидуальных возможностей студентов.

ДВФУ формирует свою воспитательную систему в соответствии со своей спецификой, традициями, стратегическими приоритетами развития Дальнего Востока и миссией университета в Азиатско-Тихоокеанском регионе, мировом образовательном пространстве, представляет собой ценностно-нормативную, методологическую, методическую и технологическую основы организации воспитательной деятельности на современном этапе развития университета.

Руководитель образовательной
программы



И.М. Романова