

**Рецензия**  
**на оценочные материалы (фонды оценочных средств)**  
**по образовательной программе «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации»**  
название образовательной программы  
**по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент**  
подготовки

г. Самара

2025 года

Проведенной в рамках экспертизы оценочных материалов (фондов оценочных средств)  
Лукиной Еленой Олеговной, Директором агентства брендинга и рекламы ООО «Ленин»

Ф.И.О. эксперта, кем и где работает, уч. степень, уч. Звание

Оценочные материалы (фонды оценочных средств) разработаны в соответствии с Порядком разработки и утверждения образовательных программ высшего образования в ФГАОУ ВО «СГЭУ», утвержденным решением Ученого совета от 27 июня 2022 г. протокол № 10.

Результаты по промежуточной аттестации, практикам, государственной итоговой аттестации представлены полностью в электронной информационно-образовательной среде ФГАОУ ВО «СГЭУ».

**В ходе экспертизы установлено:**

— Перечень формируемых универсальных и общепрофессиональных компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в ходе освоения образовательной программы, соответствуют требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12 августа 2020г. № 952.;

1. Перечень профессиональных компетенций, установленных образовательной программой, отражает требования к профессиональной подготовке выпускников.

2. Критерии и показатели оценивания компетенций, шкалы оценивания обеспечивают проведение всесторонней оценки результатов обучения, уровня сформированности компетенций.

3. Контрольные задания и иные материалы оценки результатов обучения по образовательной программе разработаны на основе принципов оценивания: валидности, определенности, однозначности, надежности; соответствуют требованиям к составу и взаимосвязи оценочных средств и позволяют объективно оценить результаты обучения и уровни сформированности компетенций.

4. Объем оценочных материалов (фондов оценочных средств) соответствует учебному плану. Содержание оценочных материалов (фондов оценочных средств) соответствует целям образовательной программы, профессиональному стандарту «Маркетолог», утверждённому приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366н. Зарегистрировано Министерством юстиции Российской Федерации 21 июня 2018 г., рег. N 51397; А также профессиональному стандарту «Специалист по интернет-маркетингу», утверждённому приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019г. № 95н. Зарегистрировано Министерством юстиции Российской Федерации 16 мая 2019г., рег. N 54635;

5. Качество оценочных материалов (фондов оценочных средств) обеспечивает объективность и достоверность результатов при проведении оценивания результатов обучения.

**Общие выводы:**

На основании проведенной экспертизы оценочных материалов (фондов оценочных средств) можно сделать заключение о том, что оценочные материалы (фонды оценочных средств) по образовательной программе «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации» позволяют установить соответствие уровня подготовки обучающихся к результатам освоения, а именно:

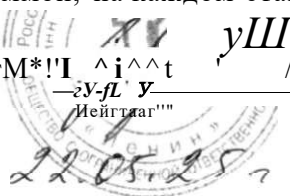
- оценить результаты освоения образовательной программы как по отдельным дисциплинам (модулям), практикам, так и в целом по образовательной программе;

выявить уровень сформированности универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, определенных образовательным стандартом и образовательной программой, на каждом этапе формирования компетенций.

Эксперт М.И. Лукина Елена Олеговна

Ф.И.О. (полностью)

Дата  
МП



## ЭКСПЕРТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ

на образовательную программу направления подготовки 38.04.02 Менеджмент, профиль подготовки «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации», уровень высшего образования магистратура, срок получения образования по программе «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации» 2 года, форма обучения очная, разработанную в ФГАОУ ВО «СГЭУ» институтом менеджмента, кафедрой Маркетинга, логистики и рекламы

Образовательная программа высшего образования «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации», направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент», представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты) и организационно-педагогических условий, который представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ дисциплин (модулей), иных компонентов и материалов, оценочных и методических материалов, а также в виде рабочей программы воспитания, календарного плана воспитательной работы, форм аттестации, разработанный на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», (уровень магистратуры), утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12 августа 2020г. № 952.

Общая характеристика образовательной программы содержит информацию о назначении основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации» общую характеристику ОПОП ВО «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации» миссию, цели и задачи; квалификации, присваиваемой выпускникам образовательной программы, объеме программы, формах обучения, сроках получения образования, требованиях к поступающим, языках, на которых осуществляется обучение, характеристике профессиональной деятельности выпускников, планируемых результатов освоения программы, структуре и содержании, условиях реализации, программе воспитания обучающихся и календарного плана воспитательной работы, особенностях организации образовательной деятельности для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, механизмах оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся, регламентах по проектированию, реализации и организации периодического обновления (актуализации) в целом и составляющих ее документов.

Блок 1. Включает дисциплины (модули), относящиеся к обязательной части программы и части, формируемой участниками образовательных отношений, содержит рабочие программы и оценочные материалы по всем дисциплинам (модулям). Кроме того, имеются методические и иные документы, для обеспечения образовательного процесса, а также рабочие программы воспитания и календарные планы воспитательной работы, включаемых в ОП.

Блок 2. Практики: содержит программы и оценочные материалы по организации и проведению всех видов практик: (Учебная практика: ознакомительная практика, Производственная практика: научно-исследовательская работа, Производственная практика: преддипломная практика, Производственная практика по профилю профессиональной деятельности). Практика обучающихся является компонентом образовательной программы и представляет собой одну из форм практической подготовки, которая организуется путем выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью. Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик учитывает состояние здоровья и требования по доступности. По каждому виду и типу практики разработана программа практики.

Блок 3. Государственная итоговая аттестация завершает освоение образовательной программы и содержит материалы для оценки степени и уровня освоения обучающимися образовательной программы. В Блок 3 "Государственная итоговая аттестация" входят подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы. Для проведения государственной итоговой аттестации разработана Программа государственной итоговой аттестации выпускников и оценочные материалы.

Учебный план содержит обязательную часть и часть, формируемую участниками образовательных отношений, соответствующие требованиям ФГОС ВО. Структура плана логична и последовательна.

Объем дисциплин в обязательной части учебного плана с включением обязательных дисциплин равен 61 зачетным единицам, дисциплины части, формируемой участниками образовательных отношений составляют 29 зачетные единицы. Количество часов, отведенных на занятия лекционного типа в целом по Блоку 1 Дисциплины (модули) составляет не более 33% от общего количества часов аудиторных занятий, отведенных на реализацию данного Блока.

Весь комплекс дисциплин и практик учебного плана формирует необходимый перечень компетенций, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

Такие дисциплины, как «Основы бренд-менеджмента», «Современные проблемы менеджмента», «Современные концепции маркетинга», «Интегрированные маркетинговые коммуникации» и ряд других раскрывают актуальные и сущностные проблемы подготовки руководителей нового типа и способствуют формированию менеджера с профессиональными компетенциями для решения сложных операционных и стратегических задач компаний любой организационно-правовой формы в сфере маркетинговых коммуникаций.

Анализ рабочих программ дисциплин (модулей) и оценочных материалов показывает использование активных и интерактивных форм проведения занятий, включая дискуссии, деловые игры, разбор конкретных ситуаций и др. и освоение программного обеспечения, соответствующего будущей профессиональной деятельности.

Анализ программ всех практик свидетельствует о нарастании, углублении и динамике профессионально-практической подготовки обучающихся от получения первичных профессиональных умений и навыков в ходе учебной практики до получения профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в практик.

Анализ оценочных материалов практик показал использование разнообразных форм и процедур текущего контроля и промежуточной аттестации.

Анализ методических материалов по проведению государственной итоговой аттестации показал, что критерии оценивания позволяют в полной мере оценить уровень сформированности компетенций обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО и образовательной программы.

Для реализации всех задач и целей ОП ВО привлекаются опытные преподаватели и ведущие специалисты-практики, работодатели, лица, привлекаемые к реализации программы, являющиеся руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники.

Анализируемая образовательная программа имеет высокий уровень обеспеченности учебно-методической документацией, материально-техническими ресурсами и ресурсами электронной информационно-образовательной среды.

Анализируемая образовательная программа соответствует предъявляемым общесистемным требованиям, требованиям к материально-техническому, учебно-методическому обеспечению, кадровым и финансовым условиям реализации образовательной программы и требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной программы.

**В ходе экспертизы образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации», разработанной в ФГАОУ ВО «СГЭУ» институтом менеджмента, кафедрой Маркетинга, логистики и рекламы **выявлено:****

- соответствие сформулированных в образовательной программе планируемых результатов освоения требованиям, установленным Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12 августа 2020г. № 952 и образовательной программой;

- соответствие учебных планов, рабочих программ дисциплин (модулей), оценочных материалов и процедур запланированным результатам освоения образовательной программы (компетенциям и результатам обучения);

- соответствие кадровых, материально-технических, информационно-коммуникативных, учебно-методических и иных ресурсов, влияющих на качество подготовки, содержанию профессиональной деятельности и профессиональным задачам, к которым готовится выпускник;

- подтверждение участия работодателей в проектировании образовательной программы, включая планируемые результаты ее освоения ( Туренко О.Ю. ИП Туренко О.Ю. Индивидуальный предприниматель, основатель PROCalllab), Карпов И.А., начальник отдела маркетинга и сбыта ООО «РЦО») в разработке, организации, реализации программ практической подготовки обучающихся и формировании планируемых результатов их прохождения; в разработке тем выпускных квалификационных работ, значимых для профессиональной деятельности.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ:**

Представленная на экспертизу образовательная программа по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации» уровень высшего образования магистратура, срок получения образования по программе «Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации» 2 года, форма обучения очная, разработанную в ФГАОУ ВО «СГЭУ» институтом менеджмента, кафедрой маркетинга, логистики и рекламы, отвечает требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12 августа 2020г. № 952 и рекомендуется к реализации в учебном процессе.

Эксперт:

Директор агентства брендинга и  
рекламы ООР«Ленин»

Кем и где работает, уч. степень, уч. звание  
Ф.И.О. (полностью)

Дата 22.05.25г

МП



Лукина Елена Олеговна  
Подпись