

АССОЦИАЦИЯ МЕНЕДЖЕРОВ

Экспертный отчет о результатах внешней оценки программы повышения квалификации «B2B маркетинг: аналитика и результативное управление», реализуемой на факультете бизнеса и дополнительного образования ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»

Эксперты:

Ширина Елена Алексеевна, руководитель отдела маркетинга и PR «Северсталь-ЦЕС».

Алексеева Елена Валентиновна, вице-президент Национальной ассоциации обучения предпринимательству (РАОП).

Максимов Александр Валентинович, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации.

Москва, 2020

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «B2B маркетинг: аналитика и результативное управление» реализуется на факультете бизнеса и дополнительного образования ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова». Длительность программы - 2 месяца. Форма обучения – очно-заочная, без отрыва от работы. По завершении обучения выдается удостоверение о повышении квалификации по программе «B2B маркетинг: аналитика и результативное управление».

Экспертиза проведена автономной некоммерческой организацией «Агентство по контролю качества образования и развития карьеры». Очный визит в рамках процедуры внешней оценки образовательной программы проведен 24 ноября 2020 года.

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ:

1. Преподавательский состав – оптимальный состав, где сочетается академический состав (штатные преподаватели) и маркетинго-практики из бизнеса, что определяет формирование навыка к самообучению и одновременно применение новых знаний на практике. Коллектив высоко мотивирован создать конкурентоспособный учебный продукт.
2. Включение информации о том, как работать с помощью Big Data и машинного анализа; программное обеспечение для сбора и анализа Big Data: Power BI, SAP BI, IBM Cognos BI; способы визуализации и предоставления данных. Это открывает новые возможности для принятия решения как в области маркетинга, так и для бизнеса в целом.
3. Данную программу рекомендуют, основываясь на репутации руководителя – Рыкалиной Ольги Владимировны, что подтверждает профессиональное признание руководителя и оригинальность данной программы, отсутствие конкурентов на образовательном рынке.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО УЛУЧШЕНИЮ:

1. Во время интервью с руководителями программы было упомянуто, что программа рассчитана на широкую аудиторию: не только маркетологов, но и тех, кто прямо или косвенно связан с B2B маркетингом. Считаем важным сегментировать потенциальную аудиторию программы и осуществлять коммуникацию для каждого сегмента. Реализация данной рекомендации возможна с помощью имеющейся инициативы преподавателей программы «упаковать» данный курс.
2. Помимо добавления Интернет-маркетинга, рекомендуется добавить в программу юнит-экономику, анализ эффективности кампаний, способы автоматизации маркетинга на разных этапах, например, построение систем сквозной аналитики, внедрение CRM, BPM (Sales Force, Creatio, Vitrix24 и т.д.), интегральных систем автоматизации маркетинга как Marketo.
3. Рекомендуется выделить часы для возможности получения карьерной консультации с построением профиля, что будет способствовать построению карьерного трека каждого слушателя и перспективе следующих шагов по карьерной лестнице. Это особенно важно для данной программы, поскольку аудитория неоднородная.

4. В ходе опроса 100% выпускников подтвердили, что времени на чтение книг у них не было. Возможно, необходимо стимулировать слушателей на чтение профессиональной литературы через совместные обсуждения книг, либо проведение тестирования в рамках практических занятий, или в рамках деловых игр.
5. Использование новых форм обучения – мастермайнд-сессии, методики из дизайна мышления будут выгодно дополнять деловые игры.
6. Эта программа может быть выгодно дополнена как мастер-классами от независимых экспертов из бизнеса, в том числе зарубежных: это даст возможность слушателям получить несколько разных экспертных мнений, а также познакомиться с опытом иностранных компаний.
7. В процессе опроса слушатели отмечали, что некоторые кейсы в программе были старше 5 лет. Сейчас мир меняется гораздо быстрее, поэтому целесообразно обновить их.
8. В ходе интервью с руководителями программы и в документах программы было упомянуто, что слушатели получают полную консультативную помощь от преподавательского состава. Предлагается дополнить формат: дать возможность слушателям освоить такие форматы как совместный мозговой штурм вместе с преподавателем, мастермайнд и другой коллективный формат (см. курс по Дизайн–мышлению), который сформирует у слушателя навык думать, находить решение самостоятельно, а не пользоваться готовыми. Также предлагается создать Alumni-клуб и привлекать выпускников для решения задач, так как с выпуском—задачи и проблемы не исчезают.
9. Привлечение работодателей, представителей реального бизнеса для участия в реализации программы в разных форматах, например, предоставление сквозного кейса для программы (для всех дисциплин). Бизнесу нужны новые идеи, а слушателям опыт решения реальных кейсов.
10. Рекомендуется проводить опрос, желательно анонимный, после завершения каждой дисциплины с оценкой каждого преподавателя, содержания программы, необходимых дополнений к дисциплине, с целью выявления точек дальнейшего роста.
11. Особое место в B2B маркетинге играют взаимоотношения отдела продаж и отдела маркетинга: как построить эффективное взаимодействие между отделами – как получить синергию от их взаимодействия. Предлагается давать навыки совместной с отделом продаж работы, например, создание мотивации и перекрестных KPI.

КАЧЕСТВО РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ И ВОСТРЕБОВАННОСТЬ ВЫПУСКНИКОВ

Показатели	Выводы, комментарии эксперта
Критерий 1 «Признание компетентностной модели выпускника рынком труда»	
Корреляция компетентностной модели выпускника, разработанной вузом, с профессиональной рамкой компетенций АМР	Соответствует, что подтверждает предоставленная руководителями программы корреляция компетентностной модели выпускника с профессиональной рамкой компетенций АМР.
Заявленные компетенции учитывают региональные потребности в специалистах данного уровня (при наличии региональной специфики)	Региональная специфика отсутствует, поскольку программа рассчитана на всю территорию РФ.
Критерий 2 «Результаты прямой оценки сформированных компетенций»	
Соответствие фактических компетенций выпускников программы профессиональной рамке компетенций АМР	Соответствуют. На основе практико-ориентированных вопросов, заданных выпускникам программы, можно сделать выводы о соответствии фактических компетенций: все опрошенные показали знания и навыки, полученные в рамках программы, подтверждающие личностные, коммуникативные, профессиональные и межпрофессиональные компетенции. Выпускники продемонстрировали знания как по отдельным дисциплинам программы, так и в целом по итоговой работе, где все навыки и компетенции объединялись для решения целостного проекта в области B2B маркетинга.
Критерий 3 «Востребованность выпускников программы»	
В течение какого времени выпускники программы смогли трудоустроиться на работу по специальности	Поскольку это программа повышения квалификации, то на нее поступают уже работающие специалисты. У них стоит цель повысить компетенции и решить практические задачи на текущем месте работы. В результате интервьюирования большинство выпускников подтвердило достижение указанной цели.
Средняя зарплата выпускника сразу после выпуска и в динамике (сбор данных по выпускникам последних трех лет)	Зарплата такого специалиста от 100 тысяч рублей (данные приведены для Московского региона, поскольку все выпускники из Москвы). Для отдельных выпускников наблюдается карьерный рост, и как следствие, рост заработной платы.
Анализ занятости выпускников	Основываясь на результатах анкетирования и интервью с выпускниками, они удовлетворены своим

Показатели	Выводы, комментарии эксперта
программы в соответствии с индивидуальными карьерными ожиданиями	карьерным продвижением.
Наличие службы мониторинга востребованности выпускников программы, предоставляющей объективную информацию	Служба мониторинга востребованности выпускников отсутствует, но система мониторинга существует, она построена на постоянном мониторинге открытых источников (порталов с вакансиями, обзорами рынка труда и отдельных секторов занятости) со стороны руководителя программы, анкетирования и сбора обратной связи выпускников. По мнению экспертов, для такой специализированной программы существующая система является достаточной, чтобы получить полную и цельную картину о востребованности выпускников.

УСЛОВИЯ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ ЭФФЕКТИВНУЮ РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОГРАММЫ

Показатели	Выводы эксперта
Критерий 1 «Структура и содержание программы»	
Стратегия развития программы нацелена на укрепление сильных сторон программы, позиционирование ее актуальности и уникальных преимуществ в сравнении с конкурентами	<p>Да.</p> <p>Проанализировано содержание программ обучения конкурентов и сформирована уникальная по содержанию программа. Из направлений развития были упомянуты: расширенный курс по интернет-маркетингу и расширение путей привлечения слушателей посредством преподавателей-энтузиастов. Не упоминались перспективы создания личного кабинета слушателя, что сейчас является требованием времени—где была бы возможность оставлять обратную связь, загружать домашние задания и т.д. Выпускники упоминали старые кейсы (5-6 летней давности, а также архаичный курс по ценообразованию).</p> <p><u>Рекомендации:</u></p> <p>Цель программы предлагается определить как подготовка профессионалов и создание сообщества из них для того, чтобы повышать маркетинговую активность промышленных предприятий и помогать им увеличивать выручку/прибыль с помощью их проведения.</p> <p>При конкурентном анализе программ не стоит сбрасывать со счетов предмет Нетология –Digital</p>

Показатели	Выводы эксперта
	<p>маркетинг для B2B: https://netology.ru/programs/digital-marketing-dlya-b2b. Особенно с учетом того, что планируется расширить долю интернет-маркетинга в дисциплине «Продвижение и коммуникации на рынке B2B».</p> <p>Полноценный консалтинг со стороны экспертов-преподавателей - это отличная возможность для решения текущих задач на рабочих местах слушателей, а привлечение слушателей для совместного решения кейсов других слушателей – дополнительная возможность развить компетенции обучающихся.</p> <p>Предлагается дополнить стратегию развития программы пунктом о привлечении профессионалов-практиков для проведения мастер-классов по отдельным дисциплинам. Это дало бы дополнительное профессиональное мнение и развивало бы профессиональное сообщество.</p> <p>Предлагается включить в программу реальный сквозной кейс (по всем дисциплинам): это позволило бы систематизировать знания, полученные в результате освоения программы.</p>
Цели программы сформулированы как предполагаемые результаты обучения	Да. Цели программы сформулированы так, что соответствуют заявленным в программе компетенциям, формируемым у слушателя в процессе обучения.
Привлечение работодателей к анализу и проектированию содержания программы является эффективным	Не в полной мере. Ограничиваться только практикой преподавателей возможно не стоит. Работодатели заинтересованы в решении своих практических задач бизнеса, и особенно в маркетинге. Возможно, стоит привлечь реальное бизнес-сообщество, т.е. тот самый b2b маркетинг в действии. В этом случае – бизнес сам оплачивает обучение слушателя или группе, если это актуально. Привлекать можно через онлайн сообщества, через деловые ассоциации, запустить программу рекомендаций. Реализовывать проекты по запросу реального бизнеса – силами слушателей. В результате привлечения получается win-win. «Выиграть» для слушателей за счет разнообразия решения поставленных бизнесом задач, возможно из других отраслей – сейчас есть тренд миграции из отрасли в отрасль. А для бизнеса «выиграть» -- идеи и решения для проблем и задач.
Фонды оценочных средств (вопросы, задания, ситуации и т. д.), используемые при текущем контроле успеваемости, проведении промежуточной и итоговой	Фонды оценочных средств содержат материалы, разработанные на основе реальных практических ситуаций, но в результате интервьюирования выпускников выяснилось, что некоторым предлагаемым в процессе обучения кейсам более 5 лет, поэтому рекомендуется их обновить.

Показатели	Выводы эксперта
аттестации, содержат материалы, разработанные на основе реальных практических ситуаций	
Доля рабочих учебных программ, согласованных с работодателем (организациями и предприятиями, ориентированными на выпускников программы)	Доля составляет 50 %. В реализации программы активно участвуют преподаватели-практики (их доля среди всех ППС программы 50% (3 из 6)), но при этом учебная программа не согласована с внешними работодателями, поэтому рекомендуется привлекать бизнес-сообщество.
К процессам разработки и актуализации учебно-методических материалов программы привлекаются работодатели	Частично. В разработке и актуализации УММ программы активно участвуют преподаватели-практики, но не привлекаются внешние работодатели, поэтому рекомендуется привлекать бизнес-сообщество.
При определении применяемых образовательные методик были учтены требования работодателей	Частично, это происходит через преподавателей-практиков, но внешние работодатели не привлекаются, поэтому рекомендуется привлекать бизнес-сообщество. Рекомендуется применять помимо кейсов и деловых игр новые методики: мастер-майнд сессии, использовать инструменты дизайн-мышления и другие современные обучающие и тренинговые практики.
Критерий 2 «Материалы итоговой государственной аттестации»	
Вопросы и ситуационные задания к итоговой государственной аттестации позволяют определить сформированность заявленных компетенций	Да. Оценка качества освоения программы осуществляется преподавателем программы в виде итоговой аттестации - зачета. Зачет представляет собой защиту проектной работы, которую слушатели выполняют в процессе обучения по программе. По мнению экспертов, предлагаемые темы проектных работ позволяют определить сформированность заявленных компетенций выпускников программы. Мнение экспертов также подкрепляется мнением выпускников.
Задания на прохождение производственной и преддипломной практик направлены на получение студентами навыков их практического применения на предприятиях, ориентированных на выпускников программы	Показатель не применяется, так как в данной программе повышения квалификации производственная и преддипломная практика не предусмотрены. При этом так как слушатели программы уже трудоустроены, можно ввести в анкетирование выпускников раздел о том, какие знания и навыки этой программы были использованы на рабочем месте, какие принесли дополнительные выгоды компании.
Тематика ВКР (выпускных	Да, каждый слушатель выбирает тему итоговой проектной работы, которая актуальна для него на его

Показатели	Выводы эксперта
квалификационных работ) определена запросами организаций и предприятий, ориентированных на выпускников программы	рабочем месте, таким образом, завершая обучение на программе, слушатель одновременно реализует проект на своем рабочем месте.
Доля ВКР, результаты которых нашли практическое применение на предприятиях и в организациях	По мнению экспертов, 100% итоговых проектных работ слушателей программы нашли практическое применение, см. комментарий экспертов к предыдущему показателю.
Критерий 3 «Менеджмент программы»	
Система внутреннего мониторинга качества образования, применяемая на программном уровне, позволяет периодически оценивать качество подготовки студентов (магистрантов) и условий реализации программы	<p>Да. Система внутреннего мониторинга качества образования существует и позволяет поддерживать качество подготовки слушателей на высоком уровне. Внутренний мониторинг качества освоения программы проводится непосредственно факультетом, реализующим программу, и комиссией по дополнительному образованию. Система внутреннего мониторинга качества образования включает в себя:</p> <ul style="list-style-type: none"> - контроль качества содержания программы на основе экспертных оценок и рецензирования; - контроль кадрового обеспечения программы; - контроль методического обеспечения программы; - контроль качества преподавания и удовлетворенности слушателей на основе анкетирования; - контроль результатов обучения на основе промежуточной и итоговой аттестации слушателей. <p>Стоит отметить, что в результате интервьюирования ни преподаватели, ни слушатели не смогли рассказать о контроле такой части внутреннего мониторинга как оценка качества преподавания и удовлетворенности слушателей на основе анкетирования и его влиянии на качество образовательного процесса.</p>
Критерии и показатели, используемые при проведении внутреннего аудита, согласованы с работодателями	Да. Критерии и показатели разработаны с участием преподавателей-практиков, что учитывает мнение действующего бизнеса.

Критерий 4 «Кадры»

<p>Процесс проведения комплексной оценки педагогических кадров и система ключевых показателей эффективности педагогических кадров обеспечивают достижение планируемых результатов обучения</p>	<p>Да, преподаватели в ходе интервью проявили себя высокомотивированными, заинтересованными передать знания и навыки по своим дисциплинам. По мнению экспертов, преподавательский состав – профессионалы, отобранные на основе конкурсного отбора из учебного заведения (что подтверждает соответствие всем необходимым квалификационным требованиям) и практики, прошедшие собеседование с руководителем программы и пробный мастер-класс.</p> <p>Некоторые преподаватели посещают занятия друг друга для обмена опытом. А преподаватели дисциплины «Брендинг на B2B рынке» и «Продвижение и коммуникации на рынке B2B» -- объединили дисциплины в единое целое.</p> <p>По итогам курса анализируется обратная связь от выпускников, анализ откликов в большинстве случаев подтверждает достижение планируемых результатов обучения.</p>
<p>Система внутреннего мониторинга деятельности педагогических кадров позволяет оценить потенциал их развития (стремление преподавателей к совершенствованию и саморазвитию, в т. ч. за счет интегрирования в своей работе образовательной, научной и инновационной деятельности)</p>	<p>Да. Преподаватели в соответствии с правилами учебного заведения проходят повышение квалификации 1 раз в 5 лет, то есть доля ППС, прошедших повышение квалификации в течение последних 5 лет, составляет 100%. Преподаватели программы принимают участие в конференциях, публикуют научные статьи, участвуют в выездных проектно-сценарных семинарах для обмена опытом.</p> <p>У выпускников собирают обратную связь, которая помогает составить портрет преподавателя и обозначить точки роста для его предмета. К сожалению, в процессе интервью стало понятно, что такие результаты анкетирования не доводятся руководителям до самих ППС.</p> <p>Таким образом, система внутреннего мониторинга деятельности преподавателей способствует постоянному совершенствованию свои знаний и навыков на практике.</p>
<p>При проведении внутреннего мониторинга деятельности преподавателей профильных дисциплин учитываются мнения работодателей и других участников процесса</p>	<p>Частично. Поскольку преподаватели являются практиками, они сами непосредственно участвуют в мониторинге, также по итогам обучения проводится анкетирование и опрос выпускников. При этом стоит отметить, что мнение внешних работодателей не учитывается, так как они не привлекаются к процессу мониторинга.</p>

<p>Система мониторинга ППС позволяет оценить направленность учебной и научной деятельности преподавателя на формирование у студента стремления к самообучению, навыков самостоятельного формирования образовательной траектории студента</p>	<p>Да, ориентация преподавателей на постоянное саморазвитие и профессиональное ориентирование слушателей на самообучение и повышению квалификации. При этом при опросе выпускников 4 из 4-х опрошиваемых сообщили, что времени на чтение книг у них не было. Предлагается стимулировать слушателей на чтение профессиональной литературы через совместное обсуждение книг или проверять содержание в рамках тестирования на практических занятиях.</p>
<p>Доля преподавателей профильных дисциплин, имеющих текущий практический опыт по профилю (с указанием количества часов по контрактам/заказам конкретных работодателей на реальных «жизненных» проектах)</p>	<p>Доля преподавателей профильных дисциплин, имеющих текущий практический опыт по профилю, составляет 50 %. То есть преподаватели, которые постоянно работают в бизнесе, 50% от общего числа ППС. Остальные преподаватели участвовали в исследовательской деятельности и других проектах по запросу работодателя.</p>
<p>Критерий 5 «Материально-технические и финансовые ресурсы программы»</p>	
<p>Доля аудиторий, оснащенных ресурсами (в т. ч. современными программными продуктами), обеспечивающими доступность информации, необходимой для эффективной деятельности участников образовательного процесса</p>	<p>В результате интервьюирования данные отчета о самообследовании о том, что доля аудиторий, оснащенных ресурсами, обеспечивающими доступность информации, необходимой для эффективной деятельности участников образовательного процесса, составляет 100 %, подтвердилась.</p>
<p>Обеспечение доступа студентов и преподавателей к библиотечным ресурсам, включая основные отечественные и зарубежные журналы по профилю подготовки, монографии ученых и другую литературу по профилю программы, практико-ориентированные специализированные издания и т. д.</p>	<p>По мнению экспертов, данные отчета о самообследовании о достаточном обеспечении доступа слушателей и ППС к библиотечным ресурсам (Научно-информационный библиотечный центр (НИБЦ) им. академика Л.И. Абалкина, имеющий в базе как бумажные, так и электронные ресурсы; электронная библиотека znanium.com) соответствуют действительности. Несмотря на это стоит отметить, что в ходе опроса 100% выпускников подтвердили, что не воспользовались библиотекой. Возможно, необходимо стимулировать слушателей на чтение профессиональной литературы через совместные обсуждения книг либо включение вопросов по содержанию книг в тестирование в рамках практических занятий.</p>

<p>Формируемый бюджет программы позволяет обеспечить учебный процесс преподавателями и сотрудниками с высоким уровнем квалификации и компетентности</p>	<p>Эксперты оценивают процесс формирования бюджета программы разумным (бюджет программы зависит от количества слушателей на программе, не запускается программа с набором менее 8 человек), а выделяемые средства как достаточные для обеспечения учебного процесса на высоком уровне (после сохранения адекватной ставки преподавателей (от 1200 руб./ак.ч.), оставшийся бюджет распределяется в пользу продвижения программы (на контекстную рекламу)).</p>
<p>Критерий 6 «Научно-исследовательская работа»</p>	
<p>Выполнение научно-исследовательских работ преподавателями обеспечивает улучшение и развитие образовательного процесса и повышение профессиональной компетентности самих преподавателей</p>	<p>Да, все преподаватели ведут постоянные научные исследовательские работы, публикации в научной литературе, что способствует развитию образовательного процесса. Исходя из перечня проектов и публикаций штатных сотрудников и преподавателей-практиков подтверждают факт постоянного повышения профессиональной компетенций всех преподавателей программы.</p>
<p>Выполнение научно-исследовательских работ студентов (магистрантов) по заявкам работодателей</p>	<p>Да, все итоговые работы слушателей были основаны на нуждах компаний, в которых они работают и полностью отвечают запросам работодателя.</p>
<p>Доля успешно коммерциализированных результатов НИР магистрантов, включая создание ими собственного бизнеса</p>	<p>Доля составляет 20 %. По результатам интервью был приведён один конкретный измеримый кейс выпускницы, которая реализовала проект, имеющий экономический эффект для той компании, в которой она работала. Возможно, что другие проекты тоже имели экономический эффект или коммерциализированны, но результаты в рамках визита не были представлены.</p>