

**ПРОТОКОЛ № 9**  
**заседания профессиональной коллегии «Менеджмент»**  
**Учебно-методического совета НИУ ВШЭ**  
**от 28.05.2020**

(в формате конференции ZOOM)

Участвовали члены коллегии:

Филинов Николай Борисович (председатель)  
Ляпина Светлана Юрьевна (заместитель председателя)  
Абанкина Ирина Всеволодовна  
Варшавская Елена Яковлевна  
Голикова Виктория Владимировна  
Константинов Геннадий Николаевич  
Корнилов Василий Вячеславович  
Кузнецова Ирина Владимировна  
Предводителева Марина Дмитриевна  
Третьяк Ольга Анатольевна  
Филонович Сергей Ростиславович  
Шафранская Ирина Николаевна

Приняли участие в обсуждении посредством электронной почты и электронного голосования:

Бродецкий Геннадий Леонидович  
Гершман Михаил Анатольевич  
Комаров Михаил Михайлович  
Лукинский Владислав Валерьевич  
Сергеев Виктор Иванович  
Цуканова Ольга Александровна

Секретарь:

Шаповалова Екатерина Александровна

**ПОВЕСТКА ДНЯ:**

**Экспертиза проектов онлайн-курсов**

- 1. Экономика впечатлений: музейный, событийный, туристический менеджмент (автор Шестакова Е.Н.)**
- 2. Международный бизнес (автор Растворцева С.Н.)**

Заявки на разработку онлайн-курсов и дополнительные поступившие в Профессиональную коллегия материалы были направлены на внешнюю экспертизу, и на них были получены отзывы от следующих экспертов:

- Артамонова Александра Алексеевича, члена Президиума некоммерческого партнёрства «Автоматизация деятельности музеев и информационные технологии» (НП АДИТ), члена экспертного совета программы «Музеи русского Севера» компании «Северсталь», Master of Arts in Cultural Management (Манчестерский университет).
- Владимировой Ирины Геннадьевны, доктора экономических наук, профессора Российского университета дружбы народов, руководителя магистерской программы «Международный менеджмент»

(отзывы прилагаются)

Свои предложения и замечания по поступившим на экспертизу заявкам направили также члены Профессиональной коллегии:

Шафранская Ирина Николаевна

Филонович Сергей Ростиславович

Предводителева Марина Дмитриевна

СЛУШАЛИ: Филинова Н.Б. с обзором поступивших на заявки на онлайн курсы отзывов.

ВЫСТУПИЛИ:

Варшавская Елена Яковлевна

Голикова Виктория Владимировна

Третьяк Ольга Анатольевна

Филонович Сергей Ростиславович

Абанкина Ирина Всеволодовна

Константинов Геннадий Николаевич

Ляпина Светлана Юрьевна

Кузнецова Ирина Владимировна

## ПОСТАНОВИЛИ:

### 1. ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА

Заявки на создание онлайн-курса «Экономика впечатлений: музейный, событийный, туристический менеджмент» (автор Шестакова Е.Н.)

#### Заключение по результатам содержательной экспертизы заявки

Критерий	Характеристика заявки
1. Соответствие содержания онлайн-курса современным требованиям и тенденциям преподавания научной области, к которой относится онлайн-курс	частично соответствует
2. Наличие у авторов онлайн-курса необходимых компетенций	полностью соответствует
3. Соответствие содержания онлайн-курса планируемым результатам обучения	частично соответствует

**РЕШЕНИЕ:** *рекомендовать доработать* заявку.

Направления доработки заявки, по мнению членов Профессиональной коллегии, должны быть следующими.

Во-первых, это более четкое определение тематической направленности онлайн-курса. Сейчас она двойная: и на туризм, и на музейное, выставочное дело. В результате такая двойная ориентация приводит к тому, что курс не вполне покрывает ни одно, ни другое направление, они представлены фрагментарно. Ресурсные возможности развития материала в обоих направлениях у автора есть.

Во-вторых, это, независимо от избранного направления развития курса, насыщение его теоретической базой, повышение теоретического уровня. Курс должен содержать значительно больше материала по экономике и менеджменту. Пока в этих аспектах изложение несколько поверхностное.

В-третьих, необходимо использование более формализуемых методов контроля знаний обучающихся в курсе. Формат эссе представляется не адекватным. В качестве альтернативы можно было бы рассмотреть прикладной проект/кейс.

В-четвертых, рекомендуется привести в соответствие перечень развиваемых курсом навыков, данный в его описании, с содержанием тем и разделов курса.

В-пятых, с учетом того, что название курса восходит еще к книге Пайна и Гилмора, которая сейчас вряд ли находится в мейнстриме чтения потенциальной аудитории, стоило бы подумать о корректировке названия курса с тем, чтобы он воспринимался преимущественно как менежеральный, маркетинговый, а не экономический.

(Из числа членов коллегии, принявших участие в голосовании, 18 голосов «за», «против» нет).

### 2. ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА

заявки на создание онлайн-курса «Международный бизнес» (автор Растворцева С.Н.)

#### Заключение по результатам содержательной экспертизы заявки

Критерий	Характеристика заявки
1. Соответствие содержания онлайн-курса современным требованиям и тенденциям преподавания научной области, к которой относится онлайн-курс	частично соответствует
2. Наличие у авторов онлайн-курса необходимых компетенций	не соответствует
3. Соответствие содержания онлайн-курса планируемым результатам обучения	частично соответствует

**РЕШЕНИЕ:** *рекомендовать отклонить* заявку.

Есть проблема целевой аудитории курса. Курс сформирован как вводный. В то же время такого отдельного курса в ядре бакалавриата по менеджменту нет. Для студентов уже второго-третьего курсов бакалавриата по менеджменту тот курс будет слишком простым и в известной степени повторяющим другие дисциплины ядра. Поэтому для студентов бакалавриата по направлению «Менеджмент» онлайн-курс такого уровня сложности/детализации и охвата

материала вряд ли целесообразен. Это скорее курс типа майнора для неподготовленных в области экономики/менеджмента (непрофильных) студентов.

Автор курса опирается в разработке на авторитетный зарубежный учебник. Опоры на собственные исследования автора не просматривается. Это делает онлайн-курс в значительной степени вторичным. Тем более, что к международному изданию названного базового учебника видео-приложение уже есть, только на английском языке. Получается, что главная особенность курса – это русский язык преподавания. Получается, что онлайн-курс будет играть роль «электронного тьютора» для самостоятельно осваивающих хороший американский учебник. Стоит ли делать акцент на этом, если овладение английским языком является необходимым условием подготовки в области международного бизнеса?

(Из числа членов коллегии, принявших участие в голосовании, 18 голосов «за», «против» нет).

Председатель профессиональной коллегии



Н.Б.Филинов

Секретарь



Е.А.Шаповалова

Рецензия на программу учебной дисциплины «Экономика впечатлений: музейный, событийный, туристический менеджмент»

Автор программы: Шестакова Екатерина Николаевна, кандидат исторических наук, академический руководитель ОП «Экономика впечатлений: музейный, событийный, туристический менеджмент» НИУ ВШЭ-Пермь, ENSHestakova@hse.ru].

Представленная программа учебной дисциплины основана на экспертном опыте автора и результатах его практической деятельности в области туризма, а также педагогической деятельности со стажем более 20 лет. К разработке курса привлечены пользующиеся высоким авторитетом в музейном и туристическом мире региональные эксперты. Авторы курса имеют необходимые компетенции для преподавания предлагаемой дисциплины.

Содержание онлайн-курса частично (в значительной, но не в полной мере) соответствует современным требованиям и тенденциям преподавания в области менеджмента культуры. Программа курса требует ряда доработок:

1. В программе (раздел 1) не конкретизирован требуемый уровень подготовки обучающихся (что, фактически, означает, что курс может предлагаться и студентам бакалавриата младших курсов и магистрантам старших курсов). В этом случае ожидалось, что автор учтёт эту особенность при разработке сценария курса, отказавшись от линейной схемы преподавания и введя разные ступени сложности материала и заданий; 2. Полагаю, что изучение данной дисциплины базируется не только на дисциплине «менеджмент» (раздел 4 Программы), но и требует от студента основ экономических знаний, а также основ знаний в области музейного дела и социально-культурного проектирования; 3. Порядок следования тем в плане учебной дисциплины (раздел 5 Программы) будет выглядеть логичнее, если автор рассмотрит вариант следования тем по принципу «от общего к частному» и «от теории к практике», и сменит порядок следования тем на предлагаемый: 1,4,3,2,8,9,5,6,7,10. Отмечу также, что автор не рассматривает в наборе туристических направлений туризм, связанный с промышленным наследием и туризм, связанный с посещением памятных мест, связанных со сложной историей (места ссылки спецпереселенцев, объекты инфраструктуры бывшего ГУЛАГа), а также религиозный (паломнический) туризм и его влияние на экономику отрасли, что усложнит освоение компетенций, связанных с формированием гражданской позиции студента; 4. В части, касающейся оценки образовательных результатов (раздел 6 Программы), автором не указаны объемы (в словах или знаках) и примерные тематики эссе, предлагаемые к написанию, не разработаны критерии оценивания эссе (и/или не приведены ссылки на принятые в университете стандартизированные формы оценивания). При использовании

предложенного автором курса метода взаимного оценивания эссе студентами оценка за эссе складывается, как правило, из двух составляющих: а) оценка студентом работы своих коллег и б) оценка способности студента оценивать работы коллег. Такой подход заложен, в частности, в распространённую платформу Moodle. В предложенной разработчиком системе оценивания вклад суммарной оценки за два эссе, трудоёмкость которых значительно выше, чем у тестирования, занижена (максимум 60 баллов за два эссе и максимум 80 баллов за 8 тестов по 10 вопросов каждый). Полагаю также, что вместо одного из эссе целесообразно дать студенту задание на подготовку описания кейса по одному из направлений дисциплины. Пополняемая библиотека кейсов будет способствовать повышению практической значимости курса с каждый новым потоком студентов;

5. По разделу 8 (учебно-методическое и информационное обеспечение) программа дисциплины нуждается в списке ссылок на релевантные региональные, российские и международные интернет-ресурсы по изучаемой дисциплине; 6. И, наконец, программа дисциплины не учитывает ситуации, сложившейся в связи с пандемией коронавируса, не рассматривает риски, прогнозы и сценарии восстановления работы институтов памяти, объектов культурного наследия и туристической отрасли при условии улучшения эпидемиологической обстановки.

Сказанное даёт основания для вывода о том, что предложенная программа частично (в значительной, но не полной мере) соответствует планируемым результатам обучения.

Рецензент: Артамонов Александр Алексеевич, член Президиума некоммерческого партнёрства «Автоматизация деятельности музеев и информационные технологии» (НП АДТИ), член экспертного совета программы «Музеи русского Севера» компании «Северсталь», Master of Arts in Cultural Management (Манчестерский университет). E-mail aartamonov@yandex.ru

Москва, 24 мая 2020 г.

Артамонов А.А.

## ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА

заявки на создание онлайн-курса «Международный бизнес»

(автор *Растворцева Светлана Николаевна*)

Целесообразность подготовки курса не вызывает сомнений. Актуальность на современном этапе обуславливается, прежде всего, изменяющейся внешней средой, трансформацией характера международных коммерческих операций и т.п.

Главное впечатление, которое остается после ознакомления со структурой курса, заключается в том, что курс посвящен, прежде всего макроэкономическим аспектам. Эти аспекты очень важны, но ни для кого не секрет, что под международным бизнесом понимается совершение международных коммерческих операций между субъектами мирового рынка. Это по сути продолжение уже сложившегося бизнеса в международной среде. В программе же курса очень мало внимания уделено международным компаниям как субъектам международного бизнеса и международным коммерческим операциям. О формах международной предпринимательской деятельности упоминается только во введении и в разделе «Анализ зарубежных рынков и стратегии проникновения». С нашей точки зрения, *содержание международного бизнеса проявляется, прежде всего, в использовании компаниями различных международных коммерческих операций и организационных форм ведения бизнеса: экспорта, импорта, обмена технологиями, лицензирования, франчайзинга, подрядного (контрактного) производства, управления по контракту, осуществления прямых иностранных инвестиций, создания совместных предприятий, филиалов и дочерних компаний за рубежом.* Большинство из этих форм в программе не нашло отражение, особенно операции с вывозом капитала в виде ПИИ.

То, что касается планируемых результатов обучения, то несколько спорным представляется выделение профессиональных компетенций в рамках стандарта по менеджменту. С нашей точки зрения, больше подходят (помимо ПК-3) компетенции ПК-5, ПК-9, ПК-14 и ПК-19. Да и вернее всего уже следует

определять требуемые компетенции с соответствии с утвержденными профессиональными стандартами.

Как указано в программе учебной дисциплины, для ее освоения студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

- знать основы мировой экономики и международных экономических отношений;
- владеть как минимум одним иностранным языком (английским);
- разбираться в основах международных валютно-кредитных отношений.

А разве не нужны в этом случае знания микроэкономической теории, экономики фирмы?

В качестве замечания также можно отметить и следующее: в программе рассматриваются компоненты среды международного бизнеса: правовая, технологическая, политическая и культурная. Но совершенно не уделяется внимание экономической среде. Возможно, что автор предполагает опираться на полученные знания по другим дисциплинам, но полностью обойти этот вопрос в данном курсе нам кажется ошибочным.

Представляется, что учет приведенных выше замечаний позволит сделать курс более содержательным и более соответствующим современным требованиям.

Д.э.н., профессор  
кафедры менеджмента РУДН,  
руководитель магистерской программы  
«Международный менеджмент»

И.Г. Владимирова