



Экспертное мнение

Владимир
Мешков

Экспертное мнение о бакалаврской программе «Менеджмент торговых сетей», разработанной кафедрой теории менеджмента и бизнес-технологий Российского экономического университета им.Г.В.Плеханова совместно с международными торговыми сетями.

Мешков В.Р., доцент кафедры ТМиБТ, к.философ.н.

Современный мир переживает глобальный не только экономический, но и управленческий кризис. Методология и методы менеджмента нуждаются в обновлении, разработке новых подходов и технологий, отвечающих вызовам и запросам рыночной экономики.

В Российском экономическом университете им. Г.В.Плеханова проводится большая, целенаправленная работа по модернизации и формированию новых современных инструментов в управленческом образовании.

В 2015 году на кафедре теории менеджмента и бизнес-технологий была разработана уникальная образовательная программа «Менеджмент торговых сетей».

Современная международная торговая сеть представляет собой форму оптово-розничной торговли, которая отличается наличием у компании большого числа торговых объектов во многих странах мира, действующих под едиными стандартами и брендом. Говоря о менеджменте, необходимо обратить внимание, что управление пронизывает все виды деятельности торговой сети, а это: администрирование, коммерция, логистика, инвестиционно-финансовая деятельность, управлением персоналом, маркетинг, интернет-торговля, коммуникации, сервис, ресторанный бизнес, работа с клиентами и т.д. Основные характеристики деятельности международных торговых сетей представляют собой глобальный характер, разветвленную филиальную часть и качественно новый уровень обеспечения связи производителя и конечного потребителя.

Как пример, хочу привести данные о международной компании МЕТРО Кэш энд Керри, которая является одним из партнеров нашей программы. На сегодняшний день компания МЕТРО Кэш энд Керри представлена более 750 торговыми центрами в 25 странах мира. Объем продаж за 2014/2015 финансовый год составил 223,5 миллиарда рублей. Количество сотрудников этой международной сети составляет около 150 000 человек.

Российская компания «М.Видео», основанная в марте 1993 года, добилась внушительных побед на рынке ритейла и с большим энтузиазмом включилась в реализацию программы «Менеджмент торговых сетей».

«М-Видео» является лидером среди розничных сетей по продаже электроники и бытовой техники в России и одна из крупнейших европейских компаний в этом сегменте. Кроме того, «М.Видео» – единственная публичная российская непродуктовая сеть. С ноября 2007 года торговля акциями ПАО «М.Видео» идёт на ведущих российских биржевых площадках – РТС и ММВБ.

На весну 2016 года более 379 магазинов сети работают в 161 городе России. Концепция развития сети предполагает потребность в большом количестве профессиональных менеджеров.

Товарный ассортимент магазинов «М.Видео» превышает 20 тысяч наименований техники: аудио/видео и цифрового направлений, мелкой и крупной бытовой электроники, товаров для развлечения и аксессуаров. Для магазинов «М.Видео» разработан специальный единый формат торгового зала площадью 1 500–1 800 м².

По итогам 2015 года оборот компании «М.Видео» составил 192 млрд рублей (включая НДС).

Сегодня торговые сети ИКЕА, Метро, ОБИ, М-Видео и Утконос являются партнерами в реализации программы «Менеджмент торговых сетей», которая сформирована с учетом специфики их деятельности. Необходимо отметить, что емкость российского рынка ритейла составляет только 30% розничной торговли, в то время, как в Европе – 70%.

Соответственно, торговые сети имеют огромные перспективы работы на российском рынке, но для активной работы и продвижения на рынке им требуются квалифицированные специалисты нового поколения, которые обладают стратегическим мышлением, практическими знаниями и аналитическими навыками, необходимыми для подготовки, принятия и реализации эффективных управленческих решений в области управления торговыми сетями.

Особенно ценной в программе «Менеджмент торговых сетей» представляется ее адаптация к заказу международных торговых сетей на практико-ориентированные результаты, соответствующие требованиям профессиональных стандартов, результатом чего является снижение уровня издержек организаций работодателей по доучиванию выпускников.

Учебный план программы «Менеджмент торговых сетей», сформированный с учетом запросов сетей, делает упор на практико-ориентированность программы, на формирование траектории карьерного роста студента с учетом таких видов профессиональной деятельности, как организационно-управленческой и экономической; коммерческой, информационно-аналитической; социально-психологической; проектной, маркетинговой.

Программа предусматривает сочетание теоретических дисциплин с большим объемом прикладных дисциплин, практикумов, стажировок, проектных заданий в области менеджмента торговых сетей. Методически программа построена таким образом, чтобы показать практическую значимость менеджмента, содержание современных бизнес-технологий с учетом объекта управления.

Студенты приобретают серьезную теоретическую и практическую подготовку работы в мультикультурной среде, целостное представление об управлении в современных российских и зарубежных торговых сетях в контексте социальной ответственности бизнеса.

Учебный план, составленный с учетом запросов и вызовов рынка, включает в себя инновационные образовательные модули, которые состоят из большого количества различных проектных работ, а также практико-ориентированных дисциплин, таких как «Управление рисками в торговых сетях», «Управление предприятиями оптовой и розничной торговли», «Инжиниринг и реинжиниринг бизнес-процессов», «Практический менеджмент в торговых сетях», «Практикум по управлению конфликтами в торговых сетях», «Практикум по формированию организационной культуры в торговых сетях», «Защита информации в торговых сетях» и др. Компетенции, полученные при изучении этих дисциплин, помогут выпускникам быть высоко востребованными на рынке труда.

Результатом освоения бакалаврской программы «Менеджмент торговых сетей» является формирование у выпускников общекультурных и профессиональных компетенций, хорошее знание иностранного языка, которые позволят им успешно реализовывать стратегии развития и управления торговыми сетями, современными информационно-технологическими программами и средствами, уметь формировать и управлять информационной и рекламной политикой торговых сетей и способы взаимодействия со СМИ, формировать кадровую политику организации, изучать и применять технологии и методы анализа рынка торговой деятельности, разрабатывать и применять управленческие технологии маркетинговых стратегий развития сети, заниматься научно-исследовательской деятельностью и интернет-продажами.

Подчеркну, что появление такой практико-ориентированной программы «Менеджмент торговых сетей», ориентированной на получение серьезных теоретических знаний и, одновременно, углубленной практической подготовки, обусловлено именно запросами работодателей.

Реализация данной образовательной программы поможет вывести взаимодействие университета с торговыми организациями – партнерами на новый качественный уровень.

Результаты изучения рынка бакалаврских программ в г. Москве показывают, что предлагаемая программа «Менеджмент торговых сетей», является конкурентоспособной, привлекательной для абитуриентов.

Программа представляется инновационным, уникальным в своем роде образовательным продуктом не только в Москве, но и на территории СНГ. Программа создана и реализуется усилиями двух творческих коллективов РЭУ им. Г.В. Плеханова – кафедрой теории менеджмента и бизнес-технологий и Факультетом менеджмента.