Направление 2. *Сотрудничество бизнеса и вузов: лучшие европейские практики. Российский и Казахский опыт*

DOI 10.33979/ 978-5-9708-0824-5-2020-1-0-62-80

**АНАЛИЗ ЕВРОПЕЙСКОГО ОПЫТА
СОТРУДНИЧЕСТВА БИЗНЕС-СТРУКТУР И
УНИВЕРСИТЕТОВ: ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ
ДЛЯ РОССИЙСКИХ УНИВЕРСИТЕТОВ**

**ANALYSIS OF THE EUROPEAN EXPERIENCE OF
COOPERATION BETWEEN BUSINESS STRUCTURES
AND UNIVERSITIES: PRACTICAL RESULTS FOR
RUSSIAN UNIVERSITIES**

ЧЕРНЫШЕВА Анна Михайловна

доцент кафедры маркетинга экономического факультета
Российского университета дружбы народов, кандидат
экономических наук, доцент (г. Москва, Россия)

Anna M. CHERNYSHEVA

associate professor, Department of marketing, faculty of
economics, Peoples friendship University of Russia, candidate
of economic sciences, associate professor (Moscow, Russia)

e-mail:

chernysheva-am@rudn.ru

ЗОБОВ Александр Михайлович

заведующий кафедрой маркетинга экономического
факультета Российского университета дружбы народов,
кандидат экономических наук, доцент (г. Москва, Россия)

Alexander M. ZOBOV

head of the marketing Department of the faculty of economics
of the Peoples friendship University of Russia, candidate of
economic sciences, associate professor (Moscow, Russia)

e-mail:

zobov-am@rudn.ru

ДЕГТЕРЕВА Екатерина Андреевна

доцент кафедры маркетинга экономического факультета, заместитель декана по международной деятельности Российского университета дружбы народов, кандидат экономических наук, доцент (г. Москва, Россия)

Ekaterina A. DEGTYAREVA

associate professor, Department of marketing, faculty of economics, deputy dean for international affairs, Peoples friendship University of Russia, candidate of economic sciences, associate professor (Moscow, Russia)

e-mail:

degtertva-ea@rudn.ru

ФЕДОРЕНКО Елена Александровна

старший преподаватель кафедры маркетинга экономического факультета, руководитель Центра предпринимательства и инноваций Российского университета дружбы народов (г. Москва, Россия)

Elena A. FEDORENKO

senior lecturer, Department of marketing, faculty of economics, head of the center for entrepreneurship and innovation, Peoples friendship University of Russia (Moscow, Russia)

e-mail:

fedorenko-ea@rudn.ru

Аннотация

Образовательные услуги высшего образования стремительно развиваются на рынке трансформируясь и приобретая новые формы. В настоящее время необходимо в режиме постоянного мониторинга анализировать наилучшие практики третьих стран по взаимодействию бизнес-структур и университетов. Целью настоящей статьи стало исследование лучших практик взаимодействия бизнес-структур и высших учебных заведений из стран ЕС. Для достижения поставленной цели было рассмотрены практики взаимодействия таких университетов, как Университет Шопрона (Венгрия), Университета Сантьяго де Компостела (Испания) и Университет Софии Антиполис Ницца (Франция) и даны предложения по внедрению данного опыта в российскую практику на примере Центра предпринимательства и инноваций РУДН

Abstract

Educational services of higher education are rapidly developing in the market, transforming and acquiring new forms. Currently, it is necessary to analyze the best practices of third countries in the interaction of business structures and universities in the mode of continuous monitoring. The purpose of this article is to study the best practices of interaction between business structures and higher education institutions from EU countries. To achieve this goal were rassmotreniya interaction of such universities as the University of Sopron (Hungary), University of

Santiago de Compostela (Spain) and the University of Sophia Antipolis nice (France) and the proposal for vnutrennego experience in the Russian practice by the example of the Center for entrepreneurship and innovation at peoples ' friendship University

Ключевые слова высшее образование, бизнес-структура, Университет 3.0, spin-off компании, модель тройной спирали, Центр предпринимательства и инноваций

Keywords higher education, business structure, University 3.0, spin-off companies, triple helix model, center for entrepreneurship and innovation

Введение

Организация взаимодействия образовательных учреждений с компаниями, а в широком смысле – работодателями, несомненно, относится к одним из наиболее важных вызовов для системы профессионального высшего образования во всем мире. Актуально, это и для России, что формирует объективную потребность в изучении и апробации существующих практик, в том числе, в ведущих университетах стран Европейского Союза. Проводимый в течение 3 лет при поддержке ЕС международный проект Эразмус+ «Улучшение интеграции высшего образования и корпоративных секторов в соответствии с новой социальной средой» дает благодатную информационную и профессиональную основу для решения данной задачи.

На текущем этапе развития современного высшего образования достаточно остро стоит вопрос о взаимодействии образовательного учреждения и бизнеса, поскольку их тесное и эффективное взаимодействие способствует активному инновационному развитию экономики в целом.

В последнее время происходит активная трансформация российских вузов, направленное на формирование не только исследовательской составляющей, но и составляющей взаимодействия с бизнесом. Таким образом, на первый план выходит исследование опыта взаимодействия вузов и бизнеса.

В целом, стоит отметить достаточно низкую активность бизнеса в участии функционирования вуза, в его научных исследованиях и разработок на постоянной основе. Даже на разовой основе данное взаимодействие носит хаотичный характер. Таким образом, вузы должны занимать активную позицию в отношении взаимодействия с бизнесом в области проведения научных исследований.

Для обеспечения высоких позиций в рейтингах российским вузам необходимо формировать оптимальную модель развития взаимодействия, в том числе и за счет изучения опыта зарубежных стран.

Развитие человеческих ресурсов на современном этапе экономики является ключевым источником конкурентных преимуществ, как отдельных компаний, так и страны в целом. Квалифицированный персонал с высокой мотивацией труда является постоянным источником роста конкурентных преимуществ. Для подготовки такого персонала необходимо развивать систему профессионального образования, в котором заинтересованы не только высшие учебные заведения, но и бизнес-структуры.

Взаимодействие бизнес-структур и вузов позволит решить важные проблемы современного общества. К таким проблемам можно отнести диспропорцию развития профессиональной подготовки обучающихся и трудоустройства выпускников, недостаточность финансирования высшего образования и снижения уровня качественной научной деятельности.

Организация долгосрочного и взаимовыгодного сотрудничества между вузом и компаниями позволит обеспечить востребованность выпускников уза на рынке труда, в том числе и по специальности. Заполнение вакансий рынка труда по специальности является важным показателем эффективности системы образования, который в Российской Федерации составляет примерно 30%. Такое явление позволяет утверждать о недостаточной эффективности вложенных бюджетных средств, поскольку характеризует несоответствие предложения на рынке образовательных услуг сформированному спросу. Таким образом, обеспечение взаимодействия между вузом и бизнес-структурами позволяет обеспечить высокий уровень качества образования. Данное взаимодействие может проходить с использованием различных форм, например, таких как организация учебных и производственных практик, распространение информации и компаниях и их вакансий, организация стажировок, проведение мастер-классов и кейс-чемпионатов, создание базовых кафедр, проведение Дня открытых дверей и т.д. Использование различных форм взаимодействия позволяет с одной стороны вовлечь студентов в будущую профессию, а с другой стороны – позволяет работодателям привлечь наиболее перспективные кадры на первоначальном этапе поиска работы.

Еще одним эффективным способом взаимодействия бизнес-структур и вузом является целевое обучение под определенные требования работодателя, обеспеченное подписанным договором о взаимодействия. Как правило, в первую очередь, работодатель обращает внимание в первую очередь на академическую репутацию вуза и фундаментальность подготовки. Еще одним важным фактором взаимодействия является возможность бизнес-структур влиять на учебную программу и формирования перечня дисциплин. При этом данный фактор для вуза является достаточно статичным и сложно поддающимся преобразованию, поскольку модификация программ возможно только в рамках Федеральных образовательных стандартов.

На текущий момент финансирование вузов проходит не только за счет бюджетных средств, а в большей часть за счет внебюджетных средств. При этом привлечение внебюджетных средств происходит не только за счет оплаты обучения студентами, но и за счет участия бизнес-структур в деятельности вуза. Компании могут обеспечивать проведение определенных научных исследований в рамках их коммерческой деятельности, поддержка определенной категории студентов и молодых ученых. Социально-ответственный бизнес разрабатывает собственные программы развития человеческих ресурсов, и с помощью олимпиад и кейс-чемпионатов отбирают талантливых абитуриентов, отправляя их на учебу в вузы-партнеры.

Методы исследования

Взаимодействие между высшими учебными заведениями и бизнес-структурами имеет важное стратегическое значение для развития высшего образования в Российской Федерации. Для обеспечения лидирующих позиций Российская Федерация должна анализировать место свои возможности и слабые стороны в данном направлении, а также исследовать опыт применения практик взаимодействия, находящихся на уровне развития модели «Университет 3.0», стран ЕС. На основе такого анализа возможна разработка плана последовательных шагов обеспечивающих активное развитие сотрудничества бизнес-структур и высших учебных заведений в Российской Федерации.

При проведении исследования использовались такие методы, как системный подход, сравнительные методы исследования среды и факторов, оказывающих влияние на формирование эффективного сотрудничества университетов и бизнес-структур европейских стран. Главенствующими методами исследования стали такие, как поиск, систематизация, оценка и анализ полученных данных по организации взаимодействия в таких университетах стран ЕС, как как Университет Шопрона (Венгрия), Университета Сантьяго де Компостела (Испания) и Университет Софии Антиполис Ницца (Франция).

Результаты

Взаимодействие бизнес-структур и вузов, как правило, носят прикладной характер, поскольку направлен на коммерциализацию проекта, в том числе налаживание производства, формирование востребованного продукта и т.д. Вследствие этого, количество фундаментальных исследований может сокращаться, поскольку, обычно, они финансируются из бюджетных средств.

Еще одной возможной точкой недопонимания могут стать различные цели у субъектов проекта. Так, у бизнес-структур основной целью является получение прибыли, а у вузов – формирование и распространение научных знаний. Такие цели могут быть противоречивыми, поскольку публикация научных исследований может нарушить коммерческую тайну компании, которая запрещает обмен информацией, поскольку, например, планирует получить патент на изобретение. А значит, могут возникнуть и проблемы юридического характера, в том числе вопросы принадлежности исключительных прав патентообладателя. Именно поэтому многие российские компании не стремятся сотрудничать с вузами, а проводят научно-исследовательскую деятельность самостоятельно.

Именно поэтому в рамках взаимодействия бизнес-структур и вуза необходима поддержка государства, обеспеченная косвенными показателями, например, предоставлением налоговых льгот или формированием сети специальных центров. Такие центры станут определенными посредниками между бизнес-структурами и вузами, в которых ученые могут предлагать свои идеи, и бизнес-структуры финансировать их осуществление. В таком случае специальные центры могут взять на себя составление типовых договоров,

оформление патентов и лицензий, поиска заказчиков и исполнителей, ведение переговоров и т.д.

Таким образом, необходимо искать пути оптимального взаимодействия вузов и бизнес-структур, учитывая их базирование на разных, иногда диаметрально, противоположных ценностях, учитывая современные требования рынка, как российского, так и мирового [4].

Внедрение эффективных инструментов взаимодействия между вузом и бизнес-структурой станет одним из ключевых факторов развития кадрового потенциала не только компании, но и региона, и страны в целом. Развитие эффективного взаимодействия позволит обеспечить создание и оперативную передачу новых знаний не только на микроуровне, но и на макроуровне, формируя конкурентное преимущество страны в целом.

Процесс регулирования взаимоотношений вуз-компания на данный момент не является односторонним, как ранее, когда ключевую роль играл вуз, а является результатом совместного труда, основанного на всестороннем изучении опыты европейских стран. Особую важность при этом имеет внедрение модели тройной спирали, которая была разработана Г.Этковицом и Л.Лейдесдорфом, которое предполагает троевластие вузов, бизнес-структур и государства. В этом случае вуз выступает не только, как образовательное учреждение, но и несет в себе определенные черты и компаний, и государства, формируясь как база для разработки и внедрения инноваций. Еще в 1996 году на конференции в Амстердаме впервые обсуждалась модель тройной спирали и ее эффективность. А уже в 2009 году была создана Международная ассоциация Тройной спирали, для дальнейшего исследования с целью развития и внедрения данной модели повсеместно.

На модели тройной спирали разрабатывалась концепция «Университет 3.0», которая в России называется «университетами Национальной технологической инициативы» и предусматривает развитие научной базы и образовательной среды, на основе которых формируются инновационные центры генерации новых технологий. Концепция Университет 3.0 является широко распространенной моделью на международной арене. Применение данной концепции предусматривает присуждение вузам определенного кода, характеризующего его направление работы.

Так, высшие учебные заведения, ведущие исключительно образовательную деятельность имеют статус «Университет 1.0». В том случае, если высшее учебное заведение, кроме образовательной деятельности, осуществляет и научно-исследовательскую, ему присваивается статус «Университет 2.0». Если же высшее учебное заведение, кроме обозначенных выше двух функций, осуществляет генерацию новых инновационных идей и коммерциализирует данные идеи, то оно получает статус «Университет 3.0» [1].

Современные высшие учебные учреждения находятся в постоянной динамике и поиске новых идей. Такие явления вызваны, прежде всего, следующими факторами:

- 1) активное взаимопроникновение теоретических и прикладных исследований, базирующемся на все возрастающей роли бизнес-структур в финансировании научных исследований;
- 2) смещение акцента на междисциплинарных научных исследованиях;
- 3) возрастание конкурентной борьбы за наиболее эффективного студента, выпускника, ученого, преподавателя, которые способствуют разработке и внедрению инновационных продуктов в практические разработки;
- 4) постановка перед высшими учебными заведениями новых задач, направленных на достижение синергетического эффекта, позволяющего обеспечить рост благосостояния не только вуза и бизнес-структур, но и страны в целом;
- 5) стремление высших учебных заведений обеспечить финансирование своей деятельности в рамках сложных рыночных условиях;
- 6) использование дифференцированного подхода при формировании образовательных программ массового и элитного характера.

Статус «Университет 3.0» получили ведущие университеты Китая, США, Великобритании и стран ЕС. Данные высшие учебные заведения формируют своеобразные хабы, аккумулируя финансовые и человеческие ресурсы. Ярким примером, такого вуза является Университет Карнеги Меллон, который определяет основные направления развития роботизации на мировом рынке.

В настоящее время российские высшие учебные заведения только стремятся получить статус «Университет 3.0», стремясь стать катализатором инновационной деятельности, привлекая крупные международные бизнес-структуры.

Параллельно с концепцией «Университет 3.0» начинает развиваться концепция «Университет 4.0». Высшее учебное заведение, имеющее статус «Университет 4.0» может решать насущные проблемы современные промышленности за счет изменения сущности самого контента со смещением акцента на инновационное проектирование. «Университет 4.0» становится лидером развития инновационных высокотехнологических отраслей, капитализируя собственные знания.

Высшие учебные заведения, в условиях активного развития концепций «Университет 3.0» и «Университет 4.0», получают новую роль как ядро развития научно-образовательного кластера – лидера регионального развития, обеспечивающего развитие страны.

Для российских вузов практика взаимодействия вузов и бизнес-структур находится на достаточно среднем уровне, поскольку существуют различные организационные и социально-экономические барьеры, а также наработанный опыт такого взаимодействия. Именно поэтому важно перенимать опыт взаимодействия вузов и бизнес-структур европейских стран [2]. В странах ЕС наиболее популярной формой привлечения обучающихся в компании являются стажировки и практическое обучение в бизнес-структурах. Бизнес-структуры активно взаимодействуют с учеными из вузов в рамках научных исследований и опытно-конструкторских разработок. При этом возможность участия компаний в формировании учебных планов и образовательных программ

находится на достаточно высоком уровне в континентальной Европе, и достаточно низкий – в Российской Федерации и странах Восточной Европы. При этом практически в одинаковой степени привлекаются к проведениям лекций и участием в мастер-классах представителей бизнес-структур, также достаточно часто внедряются вариативные курсы, разработанные бизнес-структурами. Наименее распространенными формами взаимодействия стали создание совместных фондов поддержки молодых ученых и обучающихся, обеспечение мобильности обучающихся и ученых в рамках поддержки бизнес-структур. В континентальной Европе одним из ключевых мотиваторов является заинтересованность самого вуза во внедрении результатов научно-исследовательской работы в практическую деятельность компании. В Российской же Федерации и странах Восточной Европы ключевыми мотиваторами являются наличие опыта взаимодействия и договорные обязательства.

Основными барьерами для бизнес-структур являются временные разрывы во взаимодействии с вузами, бюрократизация процессов принятия решения в университетах, финансовые ограничения и недостаточная развитость инфраструктуры. Еще одним важным антимотиватором является временная разница в горизонтах планирования, поскольку высшие учебные заведения ориентируются на учебный год, а бизнес-структуры – на календарный год. При этом, достаточно часто, деятельность бизнес-структур имеет сезонный характер, и важная час взаимодействия приходится на летний период, который в вузах традиционно считается отпускным.

Несмотря на все барьеры, взаимодействие между вузом и бизнес-структурой обеспечивает практико-ориентированное образование студентов и формирование на его базе необходимых на рынке труда профессиональных знаний и компетенций. При этом практико-ориентированная направленность должна отвечать запросам государства, обеспечивая высшее учебное заведение уникальными характеристиками. Таким образом формируется определенный социальный заказ на студента, отвечающего всем требованиям рынка труда. Обеспечение интересов бизнеса, внешней и внутренней конъюнктуры рынка позволяет обеспечивать наиболее эффективное развитие образовательного процесса.

Конъюнктура рынка образовательных услуг состоит из спроса, формирующегося бизнес-структурами на основе своих внутренних потребностей, и вузами, предлагающими рынку выпускников, обладающих определенными знаниями и компетенциями, а также возможностями проведения ряда научно-исследовательских работ [6].

В рамках деятельности Университета Уппсалы (Uppsala University) в Швеции была создана UU Innovation для сотрудничества бизнес-структур и высших учебных университетов, а также коммерциализации данного взаимодействия. Организация также оказывает помощь в реализации стартапов, основанных обучающимися или выпускниками, также предоставляет юридические консультации по защите авторских прав и взаимодействия с представителями органов государственной власти.

В рамках проекта ENINEDU ERASMUS+ был проанализирован опыт взаимодействия между вузами и бизнес-структурами Венгрии, Испании и Франции. В Университете Шопрон, Венгрия (UNIVERSITY OF SOPRON) используются следующие формы взаимодействия между вузом и бизнес-структурами:

1. Дни встреч с представителями бизнес-структур. Проведение данного дня предполагает выступление представителя компании и его ответы на вопросы обучающихся, проведение мастер-классов для студентов и аспирантов определенных специальностей, круглые столы и мозговые штурмы с проведением кейс-чемпионатов.

2. Неделя бизнеса, интегрированная в образовательную программу осеннего семестра, в рамках которой преподавателями в Университете становятся представители бизнес-структур, которые излагают практический материал проводят часть семинарских занятий на производствах компании.

3. Обеспечение Университета сырьем и расходными материалами от бизнес-структур для проведения научно-исследовательских работ в лабораториях вуза.

4. Финансирование закупки оборудования для учебных аудиторий, позволяющих оптимизировать учебный процесс, усилив прикладную компоненту определенной специализации.

5. Проведение силами обучающихся полевых исследований по заказу бизнес-партнеров Университета, формируя определенную компетентность, практические навыки и умения.

6. Активная поддержка разработанной DualDegreeProgram, которая позволяет обучающемуся совмещать освоение образовательной программы и строительства собственной карьеры в компании-партнере. Участие в данной программе возможно по таким направлениям как:

- бизнес и управление (партнеры HotelPalatinus, HotelSzieszta, MAM-HungáriaKft и др.);

- менеджмент, логистика, корпоративное управление, финансы и бухгалтерский учет (партнеры DentalPannoniaZrt. – PannoniaHotel, IKEAIndustryMagyarországKft., WellnessHotelCaramell и др.);

- туризм и общественное питание (партнеры CivitasBoutiqueHotel, ParkInnbyRadissonSárvárResort&Spa, Restaurant, Wellnessипр.).

Обучающийся, вступивший в данную программу, начинает строить свою карьеру с первого года обучения, проводя двадцать шесть недель на обучении в университете и двадцать шесть недель – работая в компании-партнере. Обучающийся закрепляется за определенной компанией, которая соответствует его специализации и взаимодействует с ней весь период своего обучения. Однако, обязательства взаимодействия между компанией и студентом длятся только в период обучения, не гарантируя трудоустройство в компанию в дальнейшем. При этом и обучающийся может отказаться от участия в данной программе в любой момент и не согласится на предложение компании о трудоустройстве после завершения обучения.

Стоит отметить, что в отличие от Российской Федерации, в которой законодательно запрещено проходить практику в компании в каникулярные дни или в сессию, обучающийся в Венгрии проходит практику именно в этот период, что также закреплено законодательно на уровне государства.

В Испании на базе Университета Сантьяго де Компостела(UCS) в рамках взаимодействия между вузом и бизнес-структурами выделяют следующие основные формы:

1. Финансирование научно-исследовательских центров (на данный момент функционируют 26 исследовательских центров), в рамках исследований определенной направленности, в том числе биотехнологий, молочной промышленности, робототехники, строительства и др.

2. Функционирование Центра трансфера технологий, с помощью которого Университет стремится коммерциализировать свои научные и опытно-конструкторские разработки, т.е. осуществляет трансфер инноваций и технологий. Деятельность данного центра обеспечивается полностью за счет финансирования Университета и заключается в продаже собственных разработок заинтересованным компаниям. Как правило, исследования проводятся в таких приоритетных направлениях, как биотехнология, физика и химия. При этом в группу разработчиков входят как сами специалисты и эксперты в данных областях, которые занимаются непосредственно научными исследованиями и разработками, так и экономисты, просчитывающие коммерческий успех данных исследований и продающих их на рынке.

3. Создание и функционирование spin-off компаний, которые работают на базе Университета и используют его человеческий и научный капитал. spin-off компании, созданные в базе университетской среды, имеют следующие отличительные черты: представляют собой малую компанию, имеющую в штате в среднем 3-4 человека; организационно, административно и/или финансово зависят от Университета; руководителем spin-off компании выступает ученый, обладающий не только научно-исследовательскими компетенциями, но и организационными навыками и внешними связями; Университет предоставляет spin-off компании в бесплатное пользование, как помещение под офис, так и научные лаборатории с их оборудованием для проведения научных и опытно-конструкторских работ; spin-off компания становится своеобразным стратапом, конечным результатом функционирования которого становится технология, передающаяся в рамках трансферта бизнес-структурам и внедряющаяся в полномасштабное производство. Как правило, в начале своего функционирования spin-off компании финансируются на безвозмездной основе за счет грантов, государственной поддержки или поддержки бизнес-структур.

Во Франции Университет Софии Антиполис Ницца(SophiaAntipolis) использует следующие основные формы взаимодействия:

1. Институт IMREDD, который формирует исследовательскую и технологическую платформу для разработки инноваций, содействует развитию стратапов и эффективному взаимодействию Университета, бизнес-структур и государства. Данный институт позволяет реализовать ряд проектов,

призванных создавать и поддерживать функционирование «умного города», в которых принимают участие бизнес-структуры, обучающиеся и преподаватели/ученые Университета.

В рамках Института IMREDD осуществляются два вида образовательных программ: программа на получение стипендии (базирующаяся на существующих курсах) и программа индивидуального развития, предполагающая создание кастомизированных программ разработанных совместно с бизнес-структурами.

2. Технологический институт (IUT) призван обеспечить необходимыми знаниями в области технических специальностей менеджеров и специалистов среднего звена для их дальнейшего развития в компании. При этом существуют следующие программы подготовки:

- DUT, программа, дающая диплом по технологиям и предполагающая двухлетнее обучение с прохождением стажировок;
- LP, программа, предполагающая обучение в профессиональном лицее;
- DU, программа, дающая диплом по университетским программам.

3. Программа Alternatetraining является дуалистической, и предполагает одновременное обучение в Университете и построение карьеры в бизнес-структурах. Данная программа является аналогичной программой Университета Шопрона.

4. Турнир JeunesPousses, который проводится совместно с технопарком TelecomValley и в целом является конкурсом инновационных стартапов, в котором участвуют бакалавры, магистры и аспиранты, получая опыт создания и развития собственного бизнеса.

5. Система LifeLongLearning, которая позволяет подтвердить диплом, работая в компании или занимаясь благотворительной деятельностью один год, после окончания обучения. При этом можно не только подтвердить свой диплом в рамках данной программы, но и получить помощь для изменения специализации и сдачи экзаменов на подтверждение степени. В данном проекте принимают участие не только Университет, но и представители бизнес-структур и государства, поскольку осуществляется комплексная проверка знаний, реализуются специальные программы и общие тренинговые программы.

6. Проект Demoga(проект по инновациям) обеспечивает эффективную систему взаимодействия между обучающимися, бизнес-структурами и Университетом. В рамках данного проекта обучающиеся решают реальные практические задачи, полученные от компаний-партнеров в мультидисциплинарных командах. На решение таких задач предоставляется срок до 3 месяцев и помощь преподавателей Университета. По истечению данного срока компания может приобрести решение, обеспечить работой участников или отказаться от предложенного варианта. В случае отказа участники проекта могут использовать разработанное ими решение как стартап.

7. Студенческий центр инноваций, трансферта и предпринимательства (PERITE) обеспечивает администрирование статуса «студент-предприниматель», которое включает в себя присвоение статуса, помощь

обучающемуся на всех этапах создания стартапа, продвижение студенческого предпринимательства, создание коворкинг-пространств, мониторинг, организация и поддержка предпринимательских соревнований, разработка и реализация программы обучения «Студенческий предприниматель».

8. Исследовательский центр OVE-IP, который изучает условия жизни и обучения студентов, а также их профессиональную деятельность после окончания высшего учебного учреждения, на основе финансирования Министерства Высшего образования Франции.

Существующая практика взаимодействия вузов с работодателями – многообразна, охватывает различные формы и направления такого взаимодействия. В наиболее широком диапазоне она включает: заключение договоров о сотрудничестве, о базах практики; целевой контрактной подготовке студентов; участие предприятий-партнеров в теоретической подготовке путем направления своих специалистов; руководство курсовыми и дипломными работами, участие в работе в Государственной аттестационной комиссии, присутствие на защитах выпускных квалификационных работ; прохождение студентами всех видов практик на профильных предприятиях; создание филиалов выпускающих кафедр на профильных предприятиях; участие в формировании банка данных вакансий работодателей; организация совместных мероприятий университета и предприятий в области содействия трудоустройству выпускников, включая «Ярмарки вакансий» и т.д.; организация и проведение научно-практических конференций и круглых столов с приглашением представителей работодателей; реализация научных и научно-технических мероприятий, проектов и исследований по заказу работодателей; организация конкурсов для студентов от предприятий-работодателей, учреждение именных стипендий.

Все перечисленные направления, скорее относятся к традиционным, уже широко известным в университетах России форматам взаимодействия с работодателями. Но современная практика дала эффективные варианты более продвинутого такого взаимодействия, в том числе, в виде создания в структуре факультетов или университетов специализированных организационных подразделений взаимодействия с работодателями.

Организация отдельных организационных структур, ориентированных на взаимодействие университетов с работодателями, означает переход к качественно новому этапу углубления этой деятельности. Современная практика, как известно, охватывает несколько таких организационных форм, к наиболее известными можно отнести, бизнес-инкубаторы, спин-офф малые компании, технопарки, внедренческие фирмы и другие известные формы, главным образом, создаваемые для практической реализации конкретных проектов студентов и выпускников. Фактически – это университетские стартапы, решающие задачу трансфера технологий и know-how, полученных в университетской экосреде.

Без сомнения – такое направление в связке «вуз-бизнес», наиболее известно и является глобальным трендом. Но, необходимо учитывать, что такие формы, как правило, имеют отдельное юридическое лицо, требуют

значительных инвестиций, соответствующей материально-технической базы. Создание и масштабирование таких организационных форм возможно для крупных университетов, как определенный этап в развитии взаимодействия с компаниями.

По нашему мнению, существует значительная «ниша» для менее амбициозных проектов, которые организуются в структуре факультетов и в целом, университетов как промежуточная организационная форма. Тем не менее, они могут быть более гибкими и менее затратными для реализации. Такие организационные подразделения предназначены для первичного вовлечения студентов младших и средних курсов в орбиту компаний-партнеров, поддержку их инициатив и проектов во внеучебное время.

Примером таких организационных решений является создание Центра предпринимательства и инноваций экономического факультета РУДН в конце 2018 г. по итогам изучения опыта ведущих европейских университетов в рамках проекта Эразмус+ «Улучшение интеграции высшего образования и корпоративных секторов в соответствии с новой социальной средой».

Он действует на основании следующих подходов.

Общие положения. Центр предпринимательства и инноваций организован с целью предоставления сервиса для студентов, и преподавателей в области предпринимательской и инновационной деятельности, а также развития вуза в качестве предпринимательского университета, формирующим будущих лидеров в становлении успешных российских технологических проектов.

Основными задачами Центра предпринимательства и инноваций являются:

- оказание поддержки студентам, ППС вуза и бизнес-структурам в формировании новой экосистемы предпринимательского образования;
- активизация инновационной деятельности студентов и обеспечение их максимального трудоустройства на основе применения эффективных механизмов сотрудничества между высшими учебными заведениями и корпоративным сектором;
- формирование потока проектов из компаний бизнес-партнеров;
- вовлечение студентов в проектную деятельность для решения практических задач компаний-партнеров с возможным последующим трудоустройством успешных студентов;
- развитие у студентов предпринимательской деятельности, практических навыков и компетенций.

Основными документами, регламентирующими деятельность Центра предпринимательства и инноваций стали:

- 1) Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- 2) приказ Минобрнауки России от 12.05.1999 N 1283 «О создании Центра содействия занятости учащейся молодежи и трудоустройству выпускников учреждений профессионального образования»;

3) Приказ Минобразования РФ от 16 октября 2001 г. N 3366 «О программе «Содействие трудоустройству и адаптации к рынку труда выпускников учреждений профессионального образования»

4) приказ Минобразования РФ и Минтруда РФ от 4.10.1999 N 462/175 «О мерах по эффективному функционированию системы содействия трудоустройству выпускников профессиональных образовательных учреждений и адаптации их к рынку труда»;

5) приказ Минобразования России / Минтруда России от 24.07.2000 N 2285/187 «О реализации Межведомственной программы содействия трудоустройству и адаптации к рынку труда выпускников учреждений профессионального образования»;

6) приказ Минобразования России от 16.10.2001 N 3366 «О программе «Содействие трудоустройству и адаптации к рынку труда выпускников учреждений профессионального образования»;

7) приказ Минобрнауки России от 19.11.2004 N 114 «О создании Межведомственной комиссии по разработке плана мер, концепции и программы внедрения эффективной системы содействия трудоустройству выпускников вузов и временной занятости студентов»;

8) Концепция формирования и функционирования системы содействия трудоустройству выпускников учреждений профессионального образования: утв. Приказом Федерального агентства по образованию от 30.10.2009 г.

Одной из самых важных задач стало определение функций Центра предпринимательства и инноваций. С учетом, что основную роль в создании этого Центра сыграла кафедра маркетинга экономического факультета РУДН, деятельность Центра была сконцентрирована на первом этапе своей деятельности на: бизнес-планирование; маркетинговые исследования; маркетинговые стратегии и брендинг; цифровой маркетинг и интернет-продвижение; питчинг и навыки презентации.

Стратегической задачей Центра является нетворкинг – направление, которая включает в себя создание платформы долгосрочных контактов, что позволит обеспечить доступ к стратегическим партнерским связям, расширить взаимодействие с наставниками, имеющими успешный опыт в реализации конкретных проектов, сформировать проектные команды;

В конечном счете, такой Центр позволяет формировать предпринимательский дух в студенческой среде, выявлять и поддерживать будущих предпринимателей, развивать инициативу и сотрудничество совместных команд студентов, преподавателей и представителей работодателей.

В рамках Центра предпринимательства и инноваций должны проводиться определенные виды образовательных программ. Это:

1. Краткосрочные курсы, не требующие прохождения итоговой аттестации слушателями. К таким форматам можно отнести мастер-классы и семинары практикующих специалистов в области предпринимательства и инновации и так далее. По окончании курса выдается сертификат об окончании

курса. В качестве слушателей этого типа программ чаще всего выступают корпоративные заказчики, представители компаний, исполнители проектов.

2. Среднесрочные профессиональные курсы по освоению определенных программных продуктов и компьютерных симуляций, предполагающие итоговую аттестацию слушателей и выдачу документа о повышении квалификации. Как правило, целью обучения по программам этого типа является получение практических навыков владения отдельными технологиями, программными продуктами, зачастую лишь в отдельной сфере их применения. Среди слушателей этих программ преобладают студенты, ориентированные либо на освоение новой для них технологии, либо на совершенствование уже известной. Также, обучение по этим программам может быть реализовано по индивидуальным планам.

3. Летняя школа молодого предпринимателя. Обучение разработке бизнес-планов, решение реальных бизнес-кейсов, бизнес-игры.

4. Программа ДПО «Студент-предприниматель».

5. Иные формы образовательных услуг в области предпринимательства (консультации, разработка рекомендаций и руководств).

Центр предпринимательства и инноваций также предназначен для организации учебной и производственной практики студентов на базе компаний-партнеров с возможной перспективой дальнейшего трудоустройства студентов, стажировки студентов в компаниях (оплачиваемые и неоплачиваемые), проведения конкурсов корпоративных гранты и стипендии для талантливых студентов.

Отдельным направлением является организация для студентами старших курсов тренингов и соревнований по решению практических кейсов/задач от компаний (бизнес-менторство), и как «сверхзадача» - разработка совместных образовательных программ, в рамках которых будут объединяться наиболее важные направления деятельности Центра.

Проектная работа обучающихся в Центре предпринимательства. Центр предпринимательства и инноваций организует проектную деятельность студентов, как в рамках образовательного процесса с помощью специальных мероприятий, так и в рамках собственных мероприятий Центра. Для того, чтобы присоединиться к предпринимательскому проекту, обучающемуся необходимо выбрать проект, заказчиком которого выступает Центр предпринимательства, на специальных мероприятиях Центра. Для того, чтобы предложить свой проект, нужно принять участие в конкурсе студенческих бизнес-идей. Лучшие проекты будут вынесены на специальные мероприятия от Центра предпринимательства и получают методическую и организационную поддержку. При этом, выбравший один из предпринимательских проектов, получает возможность его реализации под руководством сотрудников Центра предпринимательства. В команду, работающую над одним проектом, приглашаются не более пяти обучающихся. Заявки на участие в проекте могут подавать обучающиеся всех курсов любых направлений бакалавриата, магистратуры и аспирантуры. Согласование тем проектной деятельности с академическими руководителями осуществляет директор Центра

предпринимательства и инноваций. Центр предпринимательства и инноваций направляет проекты на различные конкурсы, проводимые как внутри университета, так и вне его.

Конкурс студенческих предпринимательских инициатив Центра предпринимательства. Конкурс студенческих предпринимательских инициатив - проект, направленный на популяризацию предпринимательства среди обучающихся вуза. Данный конкурс студенческих предпринимательских инициатив Центра предпринимательства состоит из следующих этапов:

1 этап. Подача заявки на конкурс по форме.

2 этап. Проведение мастер-классов.

3 этап. Предварительный отбор.

4 этап. Презентация проектов.

Концептуальная модель деятельности Центра предпринимательства и инноваций, сформированная в течении 2017-2018 г.г., далее была реализована на практике. Итоги деятельности Центра предпринимательства и инноваций в 2019г. следующие:

Проект Бизнес-Карусель - 18-22 марта 2019 г.

40 студентов Университета РУДН и Школы бизнеса при Христианском университете Эде (Christelijke Hogeschool Ede, Нидерланды) поняли нюансы бизнес-процессов своих стран, чтобы представить совместные идеи.

В течение 7 дней студенты из стран-партнеров встречались, общались, делились друг с другом и узнавали культурные особенности друг друга. Разделенные на 5 проектных групп, студенты подготовили предложения и презентации по проектам о различиях между принципами ведения бизнеса в России и Нидерландах.

Участие в Russian Retail Week - 3-8 июня 2019 г

С 3 по 8 июня 2019 года в Международном Центре Торговли в Москве проходит Международный форум бизнеса и власти «Неделя Российского Ритейла», масштабное отраслевое мероприятие в сфере розничной торговли с участием бизнеса и государства. Мероприятие, на котором формируются основные направления развития сферы розничной торговли, определяются подходы государства к развитию современного и цивилизованного рынка ритейла, решаются проблемы отрасли. Организаторами Недели Ритейла являются Министерство промышленности и торговли Российской Федерации и Российская ассоциация экспертов рынка ритейла. Неделя Российского Ритейла проходит уже в пятый раз с ожидаемым количеством участников более 6 500 человек. В 2015 году первая Неделя Ритейла собрала более 3 000 участников, в 2016 году - 4000, в 2017 году - более 5 000, в 2018 году – более 6 000 человек.

Организация дневной стажировки и ознакомительного визита в Сбербанк России, 15 июля 2019 г.

Студенты 1 курса экономического факультета посетили Сбербанк и познакомились как работает крупнейший российский банк в системе Agile. Agile-трансформация необходима банку для достижения глобальных задач. Компания встала на этот путь с 2015 года, чтобы улучшить клиентский опыт и

повысить конкурентоспособность на рынке. Это часть стратегии 2020, направленной на достижение технологического лидерства во всех сферах.

Студенты РУДН впервые посетили новый офис Сбербанка под названием AgileHome, который был открыт в мае 2017 года. Agile-модель подразумевает создание внутри офиса кросс-функциональных команд для более быстрого и эффективного выполнения задач. В Agile-офисе нет привязки к подразделениям и отсутствуют кабинеты руководителей, руководители, как и рядовые сотрудники, располагаются в открытом пространстве и пользуются всеми сервисами наравне с членами своих команд.

В соответствии с новыми принципами работы сотрудники теперь разделены на «трайбы» - подразделения, работающие над различными направлениями продуктов и услуг.

Студенты РУДН узнали о ключевых направлениях Стратегии Сбербанка 2020, прослушали информацию о системе функционирования «трайбов», а затем им провели экскурсию по офису, чтобы наглядно продемонстрировать работу системы Agile.

Также студентам рассказали о возможных вариантах стажировок и прохождения производственной практики в Сбербанке, о чем можно ознакомиться на платформе SBERGRADUATE.RU

Визит в Coca-ColaHellenic - 27 июля 2019 г.

Студенты 1 курса направления Менеджмент посетили компанию Coca-ColaHellenic. Ребятам представили информацию о глобальной системе «Кока-Кола» в мире и в России, ознакомили с ассортиментом компании, рассказали об основных направлениях социальной корпоративной ответственности и социальных проектах, направленных на развитие местных сообществ. Затем ребята увидели как работает линия по производству безалкогольных напитков, узнали что такое «палетайзер», побывали на складской зоне, где хранится продукция компании, поступающая прямо с конвейера. После этого студентам представили бесплатную образовательную платформу #youthempowered, которая фокусируется на развитии социальных и деловых компетенций - softskills. Программа обучения состоит из двух блоков. Первый включает в себя курсы по нетворкингу, коммуникациям, обратной связи, осознанности и развитию. Второй состоит из тренингов по управлению временем, ведению переговоров, бизнес-планированию, проектному менеджменту, финансовой грамотности и навыкам продаж. Любой желающий может зарегистрироваться на онлайн-платформе проекта, после чего выбрать курс и ментора. Занятия могут проходить как очно в виде офлайн-сессий длительностью от трех до пяти часов, так и дистанционно. По итогам обучения можно получить сертификат. В завершении ребята угостились локомотивными брендами компании - газированными напитками «Кока-Кола» и «Кока-Кола Zero».

Мастер-классы представителей бизнеса

11 апреля 2019 года - Дарья Егорова, основатель маркетингового агентства (представитель малого бизнеса). Тема лекции «Как использовать опыт работы в крупной международной компании для создания собственного бизнеса». Для студентов 2 курса обучения.

15 мая 2019 года - Дарья Егорова, основатель маркетингового агентства. Тема лекции - «Деловые коммуникации в корпорации». Для студентов 1 курса, общее руководство, деловые коммуникации.

25 апреля 2019 - Анна Зайцева, менеджер по торговому маркетингу в России Coca-ColaHellenic, тема «Международный маркетинг. Продвижение портфеля на рынках разных стран». Для студентов 2 курса обучения.

16 мая 2019 года - Илья Лазученко - Управляющий партнер брендингового агентства Plenum. Владимир Лифанов - креативный директор брендингового агентства Suprematika. Презентация проекта «Русский туристический бренд». Для студентов 2 курса обучения.

День маркетолога

25 октября 2019, в День Маркетолога, Центр предпринимательства и инноваций при экономическом факультете РУДН принимал гостей - представителей бизнеса: Сбербанк, Кока-Кола Хелленик, РА Action!, РА EventPro, Яндекс, Белая Дача Трейдинг, Колледж малого бизнеса №4. Представители этих компаний пришли для обсуждения форм совместного сотрудничества с нашим факультетом, а также для того, чтобы оценить групповые проекты, разработанные студентами 3 и 4 курса бакалавриата по профилю «Маркетинг».

Бизнес-карусель 2-ая волна

С 9 по 13 декабря 2019 г.в рамках Центра Предпринимательства и Инноваций 24 студента экономического факультета кафедры маркетинга и кафедры национальной экономики, а также университета BabesBolyai (UBB, Румыния) приняли участие во 2-й волне международного проекта «Бизнес-карусель». Основная цель мероприятия - обмен и получение студентами знаний о ведении международного бизнеса, создание совместных проектов по выбранным темам и умение работать в интернациональной команде.

Заключение

Таким образом, существующий мировой, а в данном случае, европейского опыта организации многопланового взаимодействия университетов с работодателями демонстрирует, с одной стороны, колоссальное продвижение и многообразие реализуемых подходов. С другой стороны, для каждого университета, характерна своя сложившаяся модель такого взаимодействия, основанная на традициях и особенностях вуза. Для российских участников международного проекта Erasmus+, в частности для РУДН, изучение успешных практик ведущих университетов ЕС стало серьезным стимулом вывода своей системы взаимодействия с работодателями на новый уровень. Конкретным воплощением это развития стало организация Центра предпринимательства и инноваций экономического факультета на базе кафедры маркетинга. Это Центр проходит этап становления, но сумел организовать ряд значимых проектов в 2019 г. и планирует серьезно расширить свою деятельность в 2020 г.

Список использованных источников

1. Виссема Й. Университет третьего поколения: управление университетом в переходный период. - М.: Олимп – Бизнес, 2016. - 422 с.
2. Гуляевская Н.В., Шумакова С.Ю., Попов А.И. Взаимодействие предпринимательских структур и научных организаций в развитии экономики инновационного типа // Научно-аналитический журнал «Вестник Санкт-Петербургского университета Государственной противопожарной службы МЧС России». – 2010. - № 2. - С. 57-66.
3. Листвин А.А. Дуальное обучение в России от концепции к практике // Образование и наука. – 2016. - №3 (132). - С. 44-56
4. Оценка качества сотрудничества в образовательной экосистеме как механизм формирования профессиональных компетенций : научно-практическое пособие / под ред. Университетского колледжа Артезис-Плантейн (г. Антверпен, Бельгия) и ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений» (г. Москва, Россия). – М. : ИИЦ»АТиСО», 2016. – 272 с.
5. Савицкая Е.В. Модернизация образования: сотрудничество университетов и корпораций // Образовательные технологии, 2013, №2, с. 10-20.
6. Сагинова О.В., Максимова С.М. Опыт взаимодействия вузов и предпринимательских структур // Российское предпринимательство, 2017, Том 18, №3, с. 377-387.
7. Шабаетова С. В., Кекконен А. Л. Практическое исследование сотрудничества вузов и бизнеса в России и странах ЕМКОСУ // Университетское управление: практика и анализ Том 21, № 6, 2017, с. 93-100.

References

1. Wissema Th. Third generation University: managing the University in transition. - Moscow: Olymp-Business, 2016. - 422 p.
2. Gulyaevskaya N. V., Shumakova S. Yu., Popov A. I. Interaction of business structures and scientific organizations in the development of an innovative type of economy // Scientific and analytical journal "Bulletin of the Saint Petersburg University of The state fire service of the EMERCOM of Russia". - 2010. - No. 2. - Pp. 57-66.
3. Listvin A. A. Dual training in Russia from concept to practice // Education and science. - 2016. - No. 3 (132). - Pp. 44-56
4. Assessment of the quality of cooperation in the educational ecosystem as a mechanism for the formation of professional competencies: a scientific and practical guide / edited by the Artesis-Plantain University College (Antwerp, Belgium) and the OUP VO "Academy of labor and social relations" (Moscow, Russia). - Moscow: ИС "Атисо", 2016. – 272 p.
5. Savitskaya E. V. Modernization of education: cooperation between universities and corporations // Educational technologies, 2013, no. 2, pp. 10-20.
6. Saginova O. V., Maksimova S. M. Experience of interaction between universities and business structures // Russian entrepreneurship, 2017, Vol. 18, no. 3, pp. 377-387.
7. Shabaeva S. V., Kekkonen A. L. Practical study of cooperation between universities and business in Russia and EMCOSU countries // University management: practice and analysis Volume 21, no. 6, 2017, pp. 93-100.