

**Международный рейтинг
современного университета
как
механизм управления
развитием образовательной
системы**

**Доктор социологических наук, доцент,
первый проректор – проректор по
образовательной деятельности,
заведующая кафедрой иностранных
языков Филологического факультета РУДН**

ЭБЗЕЕВА ЮЛИЯ НИКОЛАЕВНА



Современный университет должен выстраивать управленческую стратегию, ориентируясь на целеполагание



Макроуровня

экспорт образовательных услуг, установление взаимовыгодных отношений с обществом и государством, оценка своих конкурентных преимуществ и ограничений и т.д.



Мезоуровня

взаимодействие с работодателями и другими акторами в интересах национальной системы образования, рынка труда, государства и т.д.



Микроуровня

запросы потребителей образовательных услуг, профессорско-преподавательского состава и т.д.

Рейтинг



процедура упорядочивания/расположения в определенном порядке конечного числа объекта, позиция каждого из которых зависит от степени представленности в нем измеряемого свойства или совокупного индекса свойств (если используется несколько критериев оценки)



Рейтинги университетов важны для абитуриентов (выбор престижного вуза не по каналам массовой коммуникации, а по ранжированным спискам) и государства (рейтинги как объективный критерий отбора вузов для финансовой и иной поддержки), но не вполне понятно, могут ли администрации университетов использовать международные рейтинги как институциональный фактор имиджа и опираться на рейтинги в разработке стратегий среднесрочного и долгосрочного развития

Приоритетные направления государственной политики

Направления	Формы реализации
Создание университетских комплексов и исследовательских университетов	Создание национальных университетов, системообразующих и инновационных вузов
Инвестиционные проекты, финансируемые на конкурсной основе	Инновационные проекты вузов в рамках национальной программы «Образование»
Повышение хозяйственной самостоятельности и увеличение разнообразия организационно-правовых форм	Создание новой организационно-правовой формы – автономного учреждения с высоким уровнем хозяйственной самостоятельности и автономии
Государственный заказ на подготовку специалистов с высшим профессиональным образованием	Государственное задание, распределяемое на конкурсной основе
Единый государственный экзамен	Экспериментальная отработка ЕГЭ с его последующим повсеместным распространением
Финансирование на основе государственных именных обязательств	Финансирование образования на основе подушевых нормативов

Ориентация на мировой образовательный рынок – важная черта российского высшего образования



встраивание в глобальную систему
высшего образования через
преемственность уровней программ



учет международных
стандартов



повышение уровня
интернационализации



участие в
рейтинговании вузов

**Положительный опыт Индии и Китая может быть учтен при
разработке программ долгосрочного развития российских
университетов и мер по повышению конкурентоспособности России
в области образования, науки и технологий**

Разнообразии рейтингов



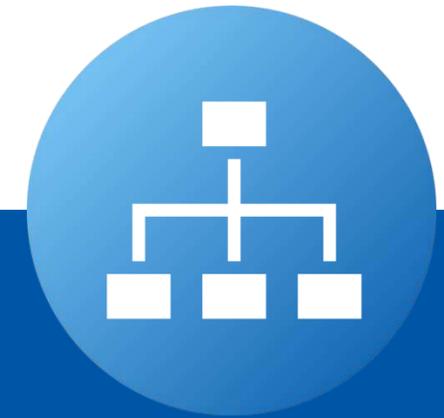
По целям

институциональные,
отраслевые/предметные,
специальные рейтинги



По охвату

мировые, региональные и
национальные



По структуре и методологии

основанные на
интегральном подходе,
многомерные и
многофакторные

Международный рейтинг

вспомогательный, всеобщий, развивающийся и устойчивый институциональный фактор, задающий правила и ограничения для репутации образовательного учреждения. Университетские рейтинги выполняют демонстрационную, оценочную, конкурентную, рыночную, мотивационную и контролирующие функции в таких сферах, как государственная образовательная политика, грантовая деятельность и международное сотрудничество в области высшего образования

Узнаваемость вуза на международном рынке определяет его привлекательность для нескольких групп – прежде всего для абитуриентов как основных потребителей образовательных услуг и для работодателей, заинтересованных в выпускниках топовых классических университетов и узкопрофильных вузов.

Основным требованием общества к международным рейтингам были и остаются прозрачность, объективность и надежность оценивания и ранжирования, однако именно по этим показателям рейтинги, как правило, подвергаются критике.



Разработка и продвижение обновленного репутационного образа необходимы, когда:

- Образ университета устарел или устаревает по отношению к его миссии
- Университет планирует или расширяет сферы деятельности, меняя приоритетный сегмент образовательного рынка
- Зафиксировано снижение лояльности потребителей, и университет стремится изменить ситуацию, угрожающую его репутации
- Проводится объединение высших учебных заведений, требующее создания нового общего бренда

Разработаны рекомендации для российских многопрофильных классических университетов по тиражированию предложенной модели в целях повышения их узнаваемости всеми группами акторов и выхода на лидерские позиции международного рынка образовательных услуг

В основе модели лежит метод трехфакторного анализа (на базе SWOT-анализа), основанный на дихотомии по параметрам оценки, прогнозирования и действий, который условно можно назвать **П-М/В-Р/Р-Б (Преимущества – Минусы/ Возможности – Риски/ Решения – Бездействие)**

	Возможности	Риски	
Компоненты анализа	<ul style="list-style-type: none"> A. Цифровизация B. Национальные проекты C. Тренд на LLL D. Развитие экологической повестки E. Международные коллаборации F. Интенсификация миграционных процессов 	<ul style="list-style-type: none"> A. Снижение числа иностранных студентов B. Конкуренция в образовании со стороны других игроков C. Информационное перенасыщение => быстрое устаревание программ D. Конкуренция за перспективных сотрудников E. Рост неопределенности и подрывных факторов 	Компоненты анализа

Преимущества

1. Многонациональная среда
2. Развитое сетевое сотрудничество
3. Контакты с развивающимися странами
4. Заделы по химии, математике, экологии, социогуманитарным наукам и языкам
5. Зеленый кампус
6. Система привлечения талантливых иностранных абитуриентов
7. Опыт социокультурной адаптации мигрантов

- Рост в предметных и общих рейтингах
- Нарастивание числа и доли иностранных студентов
- Увеличение экспорта образования
- Трансляция лучших образовательных практик в развивающиеся страны через дистанционные технологии
- Цифровой зеленый кампус – экспериментальная урбанистическая площадка
- Ведущая площадка страны по адаптации мигрантов

- Сохранение набора абитуриентов из стран присутствия
- Рекрутинг иностранных сотрудников из развивающихся стран
- Оперативный трансфер научных достижений в ООП и ДПО
- Сильная методическая база и акцент на развитие «SELF-SKILLS»
- Международный аспект программ ООП и ДПО как конкурентное преимущество

Решения

- а) Создание цифрового подготовительного факультета
- б) Создание кластеров
- в) Проведение анализа и подготовка отчета по целям устойчивого развития
- г) Проведение международных олимпиад
- д) Создание ресурсных центров за рубежом
- е) Создание научно-образовательных ресурсных центров
- ж) Междисциплинарные научные и образовательные проекты

Минусы

1. Недостаточная интернационализация науки
2. Низкая коммерциализация НИОКР
3. Недостаточно развитая исследовательская культура
4. Невысокий уровень подготовки зарубежных абитуриентов
5. Сопротивление изменениям части сотрудников

- Дальнейшая интенсификация контактов с зарубежными учеными
- Участие в национальных проектах других стран
- Увеличение доходов от эко-сервисов
- Укрепление системы довузовской подготовки
- Обновление кадрового состава и развитие кадрового резерва

- Падение интереса иностранцев к РУДН как неисследовательскому университету
- Недиверсифицированные доходы => их общее падение
- Выпускник РУДН – низкоквалифицированный и невостребованный работник
- РУДН – на периферии мировой исследовательской повестки

Бездействие

- а) Не/установление устойчивых горизонтальных связей между подразделениями
- б) Отсутствие маркетинговых структур
- в) Несформированность базы выпускников
- г) Не/налаживание устойчивой связи науки с реальным сектором экономики

БЛАГОДАРЮ ЗА
ВНИМАНИЕ!

