

**Т.О. ПЛАТОНОВА, ведущий экономист
Ульяновский государственный
технический университет**

Взаимодействие вузов и предприятий: цикл управления

В представленной статье отмечается необходимость взаимодействия вузов и предприятий при осуществлении стратегического и оперативного планирования в вузе. Представлен обзор форм взаимодействия вузов и предприятий. Предложена классификация форм взаимодействия по соответствию циклу управления.

Ключевые слова: взаимодействие вузов и работодателей, формы взаимодействия вуза и предприятия, предприятие как целевая аудитория вуза, стратегический план развития вуза, управленческий цикл взаимодействия вуза и предприятия

Практика взаимодействия вузов и работодателей за последние годы заметно расширилась. Это нашло отражение в изменении структуры сайтов вузов. При выстраивании коммуникаций с внешней и внутренней средой вуз выявляет целевые аудитории и формирует структуру своего сайта в соответствии с ожиданиями каждой из них. При посещении 150 сайтов государственных вузов страны было выявлено, что предприятия (работодатели, бизнес-сообщество) стали одной из важных целевых аудиторий университетов (рис. 1). Почти каждый пятый вуз создал раздел на сайте, посвященный партнерству с предприятиями (названия разделов: «Для бизнеса», «Парт-

нерам», «Предприятию», «Работодателям»).

Раздел, посвященный сотрудничеству, содержит информацию о возможности заключения долгосрочного сотрудничества (договора о комплексном сотрудничестве), предоставляемых дополнительных образовательных программах (повышение квалификации персонала), реализации совместных инновационных и научных проектов и др.

Возможность применения разнообразных форм взаимодействия с работодателями университеты представили в своих стратегических планах развития. Для анализа форм взаимодействия вузов и предприятий нами были использованы 64 стратегичес-

ких плана. Среди наиболее предпочтительных форм взаимодействия в них выделены следующие:

- совместная разработка и корректировка образовательных программ (31%);
- целевая подготовка специалистов (30%);
- мониторинг текущих и перспективных потребностей работодателей в специалистах (26%);
- мониторинг востребованности выпускников (18%);

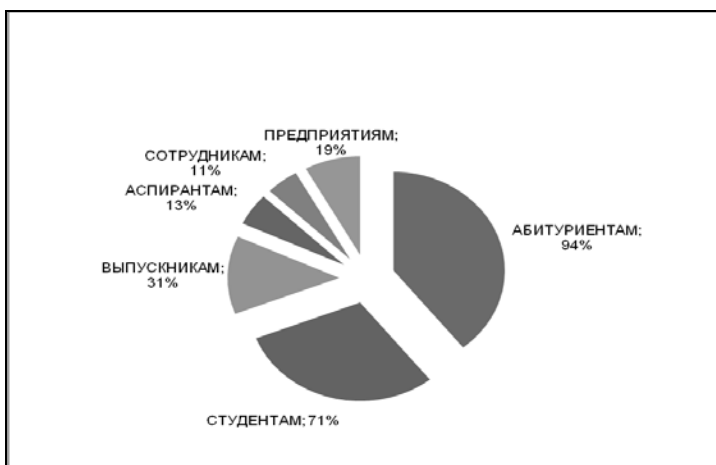


Рис. 1. Доля выделения целевых аудиторий на сайтах 150 вузов

- проведение практик на базе различных организаций региона (17%);
- привлечение к контролю качества образования представителей организаций, внешних специалистов и другие заинтересованные стороны (17%).

Управление процессом взаимодействия вузов и предприятий осуществляется в соответствии с циклом управления, этапы которого показаны на *рис. 2*.

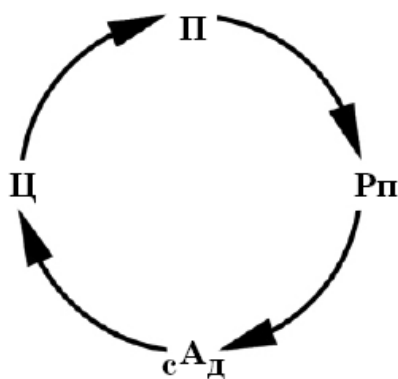


Рис. 2. Цикл управления

На первом этапе управленческого цикла ставятся цели компании (Ц); планируется их достижение (П); планы выполняются через исполнительную систему (Рп); далее исполнение планов контролируется через различные учетные системы, а данные учета, в свою очередь, подвергаются анализу на предмет точности выполнения искомых планов по достижению целей (А).

Формы взаимодействия «вуз – предприятие» можно классифицировать в соответствии с циклом управления.

1. Формы целеполагания:

- мониторинг рынка труда;
- согласование целей, результатов и содержания образования;
- совместные маркетинговые и социологические исследования и др.

2. Формы планирования:

- создание, адаптация образовательных программ к требованиям работодателей;

- совместная разработка, корректировка образовательных программ;

- разработка систем профессиональных компетенций выпускников, модели выпускника на основе требований работодателей;

- совместное формирование компетенций;

- разработка документов по стратегическому взаимодействию с работодателями и др.

3. Формы реализации:

- курсовое и дипломное проектирование;

- привлечение к преподаванию ведущих специалистов предприятий;

- проведение практик на базе различных организаций региона;

- активное участие предприятий в реализации образовательных программ, совместная реализация;

- целевая подготовка специалистов;

- создание совместных кафедр, структур и др.

тур и др.

4. Формы оценки:

- привлечение работодателей к участию в работе ГАК;

- анализ востребованности выпускников, образовательных программ;

- внешняя общественная экспертиза со стороны профессионального и экспертного сообщества образовательных программ университета и др.

Вузы стремятся при взаимодействии с предприятиями использовать формы, относящиеся к стадии цикла управления «Реализация» (*табл. 1*). Менее всего вузы занимаются оценкой, контролем и анализом реализованных мероприятий. Процесс взаимодействия с предприятиями во многих вузах не проходит все стадии цикла управления, вследствие чего этот процесс обладает меньшей степенью управляемости. Деятельность по установлению стратегических отношений с предприятиями осуществляется отдельными подразделениями, т.е. отрывочно, локально. Каждому вузу следует разработать

Таблица 1

Использование форм взаимодействия

Тип формы взаимодействия	Количество вузов	%
Целеполагание	26	41%
Планирование	35	55%
Реализация	51	80%
Контроль	21	33%

Заинтересованность предприятия и вуза в сотрудничестве очевидна, а сторон их соприкосновения настолько много, что назрела необходимость создать для их координации специальную структуру, которая сможет обеспечить благоприят-

общую систему установления взаимодействия с предприятиями.

ную среду для решения множества общих задач.

PLATONOVA T.O. MANAGEMENT CYCLE IN COOPERATION BETWEEN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS AND ENTERPRISES

The article is about the necessity of cooperation between higher education institutions and enterprises in strategic and operational planning. The review of interaction forms is presented, and its classification by compliance to a management cycle is offered.

Keywords: interaction between higher education institutions and enterprises, interaction forms, HEI's strategic planning, interaction management cycle.



Сведения для авторов

К публикации принимаются статьи с учетом профиля и рубрик журнала объемом до 0,5 а.л. (20 000 знаков), в отдельных случаях — до 0,75 а.л. (30 000 знаков).

Статьи принимаются в электронном виде (текстовый редактор — Word, шрифт — Times New Roman, размер шрифта — 11, интервал — 1,5). Сложные рисунки и графики должны быть сделаны с учетом формата журнала (136 x 206 мм).

В присланном файле, помимо текста статьи, должна содержаться следующая информация на русском и английском языках:

- сведения об авторах (ФИО полностью, ученое звание, ученая степень, должность, место работы, адрес электронной почты каждого автора);
- название статьи (не более пяти слов);
- аннотация и ключевые слова;
- ссылки на источники (даются в порядке упоминания в квадратных скобках, оформляются по ГОСТ Р 7.0.5-2008).

Материалы принимаются в редакции по адресу: 107045, Москва, ул. Садовая-Спасская, д. 6, офис 201, тел./факс: (495) 608-93-04 и по электронной почте (vovrus@inbox.ru, vovr@bk.ru).