

СОТРУДНИЧЕСТВО МЕЖДУ УНИВЕРСИТЕТАМИ И ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ГЛОБАЛИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАНИЯ В ОБЛАСТИ УПРАВЛЕНИЯ: ЕВРОПЕЙСКАЯ ПЕРСПЕКТИВА

Ж.-П. Ларсон

HEC Paris, Франция

Ключевые слова: образование в области управления, сотрудничество между университетами и предприятиями, интернационализация, подбор преподавателей, кросс-культурный менеджмент, региональное развитие.

Глобализация экономики ускорила процесс интернационализации как предприятий, так и школ бизнеса, а также образовательного и исследовательского материала в области управления. Школы бизнеса и компании уже давно сотрудничают между собой на национальном уровне и сталкиваются с одинаковыми проблемами в процессе интернационализации. На уровне школ процесс интернационализации включает новую формулировку исследовательских целей, политики подбора преподавателей, педагогических технологий и общего стратегического замысла.

У большинства школ есть сильные национальные корни и в то же время и справедливые стремления к конкуренции на международном уровне. Данное обстоятельство объясняет роль соглашений об объединении и сотрудничестве, а также успешную роль международной сети в образовании в области управления, которая обеспечивает развитие программ по обмену студентами, получение двойного диплома и совместные проекты по обучению руководящих кадров. Независимые школы бизнеса активно ищут возможности роста на международном уровне, поскольку они менее связаны нормами национального законодательства и потребностью в финансировании по сравнению с их аналогами, которые работают на базе университетов. Наконец, у предприятий и школ есть большой потенциал для сотрудничества в своей стране при объединении усилий для обеспечения развития региональной экономики и повышения привлекательности региона.

В XIII–XV вв. Ганзейский союз сыграл главную роль в формировании экономики и торговли в Северной Европе, объединив города от Лондона, Брюгге, Амстердама и Гамбурга до Гданьска и Новгорода. В то время не было никаких школ коммерции для обучения купцов, которые работали на этих торговых путях. Вместо этого существовала устойчивая традиция обмена учениками между купцами, которые делились опытом относительно перевозок, пошлин, банковских услуг, валюты и правовых вопросов.

Одна из старейших школ коммерции в Европе – ESCP Егоре – была основана в 1819 г. членами предпринимательского сообщества Парижа и группой экономистов (в числе которых был Жан-Батист Сэй, который являлся сторонником экономического либерализма; считается, что именно он дал определение понятию «предпринимательство» еще в 1800 г.). В 1824 г. среди студентов ESCP было уже 30 % иностранцев. По состоянию на 2018 г. у школы есть европейская сеть школ бизнеса с кампусами в Париже, Берлине, Лондоне, Мадриде, Турине и Варшаве; евроинтеграция также повлекла за собой естественный процесс интернационализации.

Для первого этапа развития образования в области управления характерно оформление знаний на основе методов ведения бизнеса, а для второго – большой упор на тщательных исследованиях.

Для третьего, текущего этапа развития, характерна трансформация, связанная с задачами и возможностями глобализации (AACSB 2011). Волна глобализации экономики ускорила стратегии интернационализации школ бизнеса и привела к появлению международных образовательных сетей в области управления. Она также позволила создать новые возможности для развития независимых школ бизнеса и сформировала потенциал для сотрудничества между университетами и предприятиями на региональном уровне.

Стратегии интернационализации школ бизнеса

Учебные заведения, присуждающие ученые степени – школы бизнеса, школы управления и экономики, институты управления – расширяют свою сеть по всему миру, чтобы удовлетворить мировой спрос на образование (Гильотен, Мангематин, 2015). Они следят за рынком и приспособливают свою стратегию и политику к процессам интернационализации их среды: цели исследования, подбор преподавателей, педагогические подходы и общий стратегический замысел.

Цель исследования

Процесс интернационализации тесно связан с развитием возможностей для школ в части

создания и распространения знаний, что является основанием их репутации. Целью является установление связей институтов, преподавателей и факультетов с общим научным интересом в основных дисциплинах, таких как экономика, финансы, маркетинг, банковское дело, управление человеческими ресурсами или бизнес-стратегия. Процесс интернационализации может привести к преобразованию политики публикации материалов исследований в той или иной школе и выбору списка научных журналов для решения о приеме преподавателей на штатную работу и об их повышении.

Список передовых журналов обычно утверждают национальные организации (например, Академии наук). Во Франции «систематизация журналов по экономике и менеджменту» публикуется Национальным центром научных исследований (CNRS, 2016). Во Франции, Германии, Италии, России, Скандинавии и Испании этот список включает ведущие научные журналы государственном языке, которые не всегда присутствуют в «международных» списках. В Школе менеджмента им. Навина Джендала при Техасском университете в Далласе была создана база данных для отслеживания публикаций в 24 ключевых журналах о бизнесе. В 2016 г. Financial Times (FT) пересмотрела список 50 журналов, которые были включены в ее рейтинг научных исследований школ бизнеса; большинство из них разрабатывали свою политику приема преподавателей на штатную работу и их повышения.

Преподаватели заинтересованы в международном партнерстве, которое позволит приумножить успехи их научной деятельности и создать возможности для публикации в ведущих журналах. Такие связи скорее устанавливаются на уровне отдельных исследователей, а не на институциональном уровне. Иногда компании налаживают связи благодаря этому типу сотрудничества, участвуя в финансировании исследований и / или сбора данных. Не всегда удается достичь цели – установления должного баланса между научными догмами и значением публикаций для сферы управления. Этот пробел до сих пор является проблемой для школ бизнеса, поскольку подрывает их респектабельность в глазах студентов, работодателей и спонсоров (Биркиншо, Лекуона, Барвайс, 2016).

Ряд школ, которые ориентируются на международный уровень, предлагают обновленный перечень докторских ученых степеней (кроме доктора философии Ph.D), таких как доктор делового администрирования (DBA), что может стать

связующим звеном между предпринимательской и научной деятельностью (Банерджи, Морли, 2013). Этот новый этап развития проходит при поддержке трех международных аккредитационных агентств: Ассоциация по развитию университетских бизнес-школ (AACSB) (основана в 1916 г. в США), Association of MBAs (AMBA) (основана в 1967 г. в Лондоне) и Европейский фонд развития менеджмента (EFMD), который в 1997 г. разработал Европейскую систему усовершенствования качества (EQUIS).

AMBA, которая отдельно занимается аккредитацией программ подготовки докторов делового администрирования, дает DBA следующее определение: «исследовательская степень доктора, направленная на расширение междисциплинарного профессионального практического опыта в дисциплинах, связанных с менеджментом, а также приумножение знаний благодаря разработке и применению теоретических моделей, методов и методик» (AMBA, 2016).

Поскольку DBA ориентируется на «возможность применения», это повышает интерес профессиональных бизнесменов к практическим докторским исследованиям при оформлении своего профессионального опыта; поэтому они стремятся сделать программу получения этой докторской степени такой же интенсивной, как и для степени доктора философии. Среди передовых европейских учебных заведений, в которых можно получить степень DBA или Executive DBA, следует упомянуть Cranfield School of Management (Великобритания), IE Business School (Испания), SDA Bocconi (Италия), Университет Париж-Дофин (Франция). Вообще же очень мало школ предлагают программы подготовки докторов делового администрирования; большинство университетов опасаются возможной путаницы между степенью доктора философии и доктора делового администрирования, что может привести к риску потери научной репутации такого учебного заведения.

Подбор преподавателей

Успешная интернационализация предполагает проактивную практику найма сотрудников (Бранер, Ианнарелли, 2011). Интернационализация преподавательского состава является одним из ключевых факторов процесса интернационализации образования в области управления. Многие школы начали набирать сотрудников со всего мира, отступая от национальных традиций и норм и открывая двери перед преподавателями теории

менеджмента с различным академическим опытом. С целью глобализации школы также могут приглашать преподавателей из-за границы для временной работы, внедрять международные программы по обмену преподавателями (Клайнбелл, Кведаравичене, 2013).

Международная программа по обмену преподавателями (ИТР), внедренная Гарвардской школой бизнеса в 1960-х гг., сделала большой вклад в глобализацию обучения теории менеджмента. ИТР является интенсивной программой подбора преподавателей, созданной для помощи преподавателям бизнес-дисциплин в развитии необходимых навыков и возможностей. Она направлена на решение педагогических проблем, разработку инструментов и методик обучения, а также содержания и знаний для каждой дисциплины. ИТР внедряется под руководством объединения школ бизнеса, которые в 1977 г. создали некоммерческую организацию под названием International School of Business Management (ISBM): 12 школ в Европе, США и странах Азии¹. Программа, которую финансирует Европейский фонд развития менеджмента, действует на регулярной основе в различных школах-партнерах и за последние 40 лет внесла вклад в подбор преподавательского состава в 1000 школах бизнеса.

Педагогика

В Европе около половины студентов, которые получают степень магистра управления, претендуют на расширение своих возможностей в получении работы за границей (Газенбуш, 2017). В университетах студенты должны получить знания и навыки, которые требуются в компаниях, пытающихся подстроиться под нужды глобализации: развитие экспорта, инвестиции за границу, аутсорсинг и сотрудничество с иностранными партнерами. Школам нужно интернационализировать содержание всех основных дисциплин, разработать специализированные курсы по международной торговле, предлагать возможности обучения за границей (например, студенческая практика или бизнес-проекты за рубежом), создать программы по обмену опытом со школами-партнерами и ввести обучение иностранным языкам.

В Европе подавляющее большинство студентов, которые готовятся стать управленцами, владеют тремя языками: родным, английским и третьим языком, который дает им преимущество для международной карьеры. Школы в неанглоязычных странах также предлагают программы на английском языке, чтобы привлечь больше иностранцев, внедрить основы международной культуры в школе и развивать навыки международного общения среди студентов. Англоязычные программы являются ключевым элементом портфолио мероприятий школы в Европе в других школах, таких как Esade (Испания), HEC Paris (Франция), Роттердамская школа менеджмента (Нидерланды), Стокгольмская школа экономики (Швеция) или Университет Санкт-Галлена (Швейцария).

Критерии AMBA относительно международного масштаба степени магистра делового администрирования (MBA) нацелены на национальное разнообразие среди учащихся (AMBA, 2017), в то время как критерии EQUIS включают точные требования относительно интернационализации студентов (EFMD, 2017):

- Какие программы рассчитаны на иностранных студентов?
- Насколько привлекательными являются программы школы для иностранных студентов?
- Сколько курсов преподается на иностранном языке?

Карьерный рост очень быстро превращается в глобальное понятие, а менеджерам необходимы кросс-культурные навыки для эффективной деятельности в различных культурных средах (Шворм и др., 2017). Создание сетей обмена между школами является прямым преимуществом для компаний, которые могут нанимать иностранных студентов с пользой для международного развития последних. Влияние предпринимательского сообщества также можно заметить на уровне географического охвата таких программ по обмену, которые в основном охватывают те же регионы, что и торговые партнеры страны происхождения. Частично их география привязана к лингвокультурным особенностям. Испанские международные компании занимают передовое положение в латиноамериканских странах по сравнению с США, Германией и Великобританией (Барриос, Бенито, 2010), а испанские школы бизнеса получили значительное преимущество в регионе с интенсивной программой обмена студентов и преподавателей, местными филиалами, совместными программами и проектами по обучению руководящих кадров. Стратегия школ является аналогом стратегии ис-

¹ Alliance Manchester Business School (AMBS), Китайско-европейская международная бизнес-школа (CEIBS), HEC Paris, Высшая школа менеджмента IAE, Международный институт управленческого развития, INSEAD (Фонтенбло, Сингапур и Абу-Даби), Индийская школа бизнеса (Хайдарабад), Школа менеджмента Kellogg при Северо-Западном университете, Лондонская школа бизнеса, SDA Bocconi (Милан), Школа бизнеса Леонарда Н. Штерна, при Нью-Йоркском университете и Стокгольмская школа экономики.

панских предприятий, таких как «Телефоника», «Банко Бильбао Вицкая Аргентария» (BBVA), «Репсол YPF» или «Ибердрола».

В результате евроинтеграции появилась потребность в интенсивном сотрудничестве между странами в сфере образования; для ее финансирования были разработаны программы ЕС, такая как Эразмус, и был принят общий Болонский формат. В Европейскую зону высшего образования (ЕЗВО) включает 48 стран (в том числе страны, не входящие в состав ЕС, такие как Норвегия, Россия и Казахстан). Европейская переводная и накопительная система кредитов (ECTS) была внедрена почти по всей Европе (Еврокомиссия, 2015), что позволило преодолеть административные барьеры при обмене студентами и при получении двойных дипломов. Совместимость программ с болонскими рекомендациями является одним из требований EQUIS для аккредитации (система улучшения качества EFMD, 2017):

- программы подготовки структурированы в соответствии с уровнями бакалавра и магистра;
- применение ECTS и договоренности с школами-партнерами о переводе кредитов;
- возможность использования приложения к диплому.

Экономические преобразования 1990-х гг. в Центральной Европе и России привели к созданию международных школ бизнеса, таких как Высшая школа менеджмента (ВШМ) в Санкт-Петербурге (Россия) и Университет Козьминского в Польше:

- ВШМ была основана в 1993 г. при Санкт-Петербургском государственном университете и прошла ускоренный путь интернационализации: педагогические методы и преподавательский состав подобраны на основании лучших международных стандартов, тесного сотрудничества с ведущими международными школами-партнерами, например, Школа бизнеса Хаас при Калифорнийском университете в Беркли, а также с российским и мировым предпринимательским сообществом.
- Университет Козьминского был основан в 1993 г. в Варшаве и достаточно быстро сформировал полное портфолио из англоязычных программ для подготовки бакалавров, магистров (в том числе магистров делового администрирования) и докторов философии на основе международных стандартов. У школы есть международная сеть сотрудничества, а члены предпринимательского сообщества активно представлены в ее международном экспертном совете.

Обе школы получили аккредитацию «тройной короны» от AACSB, EQUIS и AMBA.

Стратегический замысел

Успех процесса интернационализации школ бизнеса зависит от разработки уникальных или лучших ресурсов (Брэдфорд, Гузман, Трухильо, 2017). Чтобы получить устойчивое конкурентное преимущество, школы должны накапливать ресурсы, которые будут плодотворными, уникальными и неповторимыми (Барни, 1991). Среди таких ресурсов основным фактором всегда будут высокие достижения в исследованиях и обучении, но другие элементы также играют роль катализаторов: доступ к разнообразным финансовым источникам; влияние сети выпускников; поддержка предпринимательского сообщества и качество международной сети. Опыт международного сотрудничества с преподавателями и глобальная ориентация команды лидеров также являются предпосылками для успешного развития международной структуры (де Мейер, 2012).

Только две школы имеют обширную географию присутствия, а большинство учебных заведений с надежными местными корнями и ресурсами, связанными с местным финансированием, желают стать центром национальной элиты в части создания сети преподавателей, студентов и выпускников. Вот почему руководители школ бизнеса нацелены вывести их на мировой уровень и доминирующее положение относительно непосредственных конкурентов на национальном уровне. Международный стратегический выбор также зависит от типа управления школой (государственная, частная или независимая школа бизнеса) и от группы заинтересованных лиц (частные компании и фонды). Европейская ориентация ESCP Europe тесно связана с видением одного из главных игроков – Парижской торгово-промышленной палаты, которая представляет предпринимательское сообщество влиятельных кругов Парижа.

Наконец, глобализация позволяет конкурентам объединяться для мирового доминирования на рынке с помощью ключевых программ и учебных степеней. Это относится к сегменту программ подготовки Executive DBA. В первую пятерку таких программ в рейтинге Financial Times вошли совместные программы двух и больше партнеров: EMBA Школы менеджмента Kellogg Гонконгского университета науки и технологии (HKUST); EMBA-Global Asia Колумбийского университета, Гонконгского университета и Лондонской школы бизнеса; Dual Degree EMBA Университета Цинхуа

& Insead; EMBA-Global Колумбийского университета и Лондонской школы бизнеса; и Trium Global EMBA HEC Paris, Лондонской школы экономики и политических наук и Школы бизнеса Леонарда Н. Штерна при Нью-Йоркском университете (Financial Times, 2017).

Несмотря на успех этих глобальных инициатив, уровень интернационализации школ бизнеса остается достаточно низким по сравнению с компаниями и фирмами. Этот показатель растет, но «еще многое нужно сделать» (Шютте, 2014).

Международные сети в образовании в области управления

Расстояние все еще играет роль, даже в цифровом мире. Преобразование школ бизнеса в цифровую форму, удаленное обучение и развитие массовых открытых дистанционных курсов (МОДК) позволили создать новые формы педагогики и возможности групповой работы для студентов школ бизнеса, которые живут в разных странах. Но это не заменяет международные сети в образовании в области управления, которые предлагают студентам возможность провести некоторое время за границей в школе-партнере по программе обмена студентами или для получения двойного диплома.

Первой международной сетью в образовании в области управления является «Партнерство в области международного менеджмента» (PIM), основанное в 1973 г. тремя высшими школами: HEC Paris, Нью-Йоркским университетом и Лондонской школой бизнеса. Целью было преодолеть барьеры, мешающие внедрять программы по обмену студентов, получавших степени магистра делового администрирования или аналогичных степеней. В 2018 г. сеть PIM включала 60 школ бизнеса в Европе, на Ближнем Востоке, в Африке, странах Южной и Северной Америки и Азиатско-Тихоокеанском регионе.

Глобальный альянс в области образования по менеджменту Сообщества европейских школ менеджмента (CEMS) был основан в 1988 г. четырьмя учебными заведениями: ESADE (Барселона, Испания), HEC (Париж, Франция), Кельнским университетом (Германия) и Университетом Боккони (Милан, Италия). Количество членов штатного научного персонала альянса CEMS постоянно растет и в 2017 г. достигло 31 человека. Целью альянса CEMS является создание образовательной модели, которая будет отвечать требованиям многоязычного, мультикультурного и взаимосвязанного мира

бизнеса. Такая модель нацелена на подготовку студентов для получения двойного диплома магистра международного управления CEMS (CEMS MIM). CEMS выпустил больше 12 000 человек 85 национальностей, которые работают в 75 странах.

Глобальная сеть для передового управления (GNAM) была запущена в 2012 г. и включает 29 ведущих школ бизнеса из стран, которые находятся на разных этапах развития. Целью GNAM является создание сети студентов, преподавателей, персонала и выпускников ее школ, чтобы использовать конкурентные преимущества школ-партнеров.

Эти три международные сети отличаются в плане управления. PIM и GNAM управляют школами-основателями. «Стратегический совет» CEMS включает ректоров и деканов школ-основателей, а также представителей руководящего состава 60 международных корпораций и социальных партнеров. Целью CEMS является создание ценности для этих заинтересованных лиц. Среди результатов создания этих сетей следует выделить повышенное внимание к междисциплинарным курсам, управленческим навыкам, межкультурным взаимоотношениям и социальной ответственности на уровне разработки учебных материалов; именно эти качества необходимы компаниям и неправительственным организациям.

Упор на кросс-культурный менеджмент считается особенно важным в многонациональной, мультикультурной и многоязычной Европе с различными управленческими традициями и стилями. Разнообразие культур считается источником креативности и инноваций (Каплан, 2014).

Возможности роста и независимые школы бизнеса

Огромным препятствием развития европейского образования в области управления является то, что большинство университетов в основном получает государственное финансирование и не отличается разнообразием спонсоров (Корнуэлл, 2017). Школы бизнеса, созданные по инициативе и при поддержке компаний или предпринимателей, менее зависимы от государственного финансирования, чем университеты. Они также являются более гибкими в плане стратегий интернационализации и альянсов (как в случае с европейской школой Insead (Европа), основанной в 1957 г. в Фонтенбло (Франция), Международным институтом управленческого

развития (IMD) со штаб-квартирой в Лозанне, возникшим в результате слияния Института изучения методов управления (IMEDE) и Международного института управления (IMI), и Европейской школой менеджмента и технологий (ESMT), учрежденной в Берлине в 2002 г. 25 ведущими немецкими компаниями и учебными заведениями).

Для получения финансирования от выпускников и корпоративных спонсоров независимые школы бизнеса должны ввести их в состав правления на разных уровнях – от совета школы до различных экспертных советов (Гававини, 2005). В плане успешной научной деятельности у независимых школ бизнеса и университетов – одна цель. Они разрабатывают свою международную сеть вместе с партнерами, предлагая большой потенциал для развития совместных программ подготовки для различных научных степеней по всему миру. Портфолио их мероприятий обычно ограничено программами последипломного образования, такими как MBA, EMBA и Executive Education. INSEAD сделала большой прорыв в 1999 г., открыв кампус в Сингапуре, пользуясь своей хорошей репутацией передовой школы бизнеса. В странах Азии это позволило разграничить свою деятельность и еще больше удовлетворить спрос на образование в области управления. Совместная программа INSEAD с Уортонской школой бизнеса (США) 2001 г. и программа совместно с Университетом Цинхуа 2006 г. также внесли большой вклад в расширение географии присутствия этого учебного заведения.

Независимые учебные заведения в странах БРИКС, такие как Fundação Dom Cabral (FDC) в Бразилии, Индийская школа бизнеса (ISB), Высшая школа бизнеса Cheung Kong (CKGSB) в Китае и Московская школа управления «Сколково», стремительно развивают свои международные сети вместе с европейскими и азиатскими партнерами.

- Так, Fundação Dom Cabral, основанная в 1976 г. в Белу-Оризонти в качестве независимой некоммерческой организации, имеет тесные связи с Insead (Франция, Сингапур) и Школой менеджмента Kellogg (США), а также заключила соглашения о сотрудничестве с Московской школой управления «Сколково», Индиан Институт оф Менеджмент Ахмедабад (ИМА) и CKGBS (Китай).

- Индийская школа бизнеса, некоммерческая организация, созданная в 1998 г. в Хайдарабаде группой бизнесменов и ученых, вступила в союз с такими передовыми международными учебными заведениями, как Уортонская школа

бизнеса и Школа менеджмента Kellogg (1997), Лондонская школа бизнеса (2000), Школа менеджмента MIT Sloan, Школа Флетчера при Университете Тафтса (2010).

- Высшая школа бизнеса Cheung Kong, открытая в Пекине в 2002 г. при поддержке Фонда Ли Кашина, установила партнерские отношения со Школой управления им. Джона Ф. Кеннеди (США), IMD (Швейцарией) и FDC (Бразилия).

- Московская школа управления «СКОЛКОВО», учрежденная в 2006 г. группой компаний и представителями предпринимательского сообщества, в 2016 г. подписала соглашение о стратегическом партнерстве с Гонконгским университетом науки и технологии.

Университет – Сотрудничество с предприятиями и региональное развитие

Сотрудничество между университетами и предприятиями играет основную роль в конкурентоспособности региона, особенно в деятельности научно-технологических парков, а также центров предпринимательства и инноваций. Привлечение талантливых людей на университетском уровне является первым этапом. Но второй этап еще важнее, когда все субъекты – университеты, компании, правительственные и неправительственные учреждения – начинают тесно взаимодействовать. Сотрудничество является ключом к цепочке движения инноваций и экосистеме передачи знаний (Скофилд, 2013)

Школы могут использовать преимущества своего расположения для привлечения потенциальных студентов и участников: качественную деловую среду, научную репутацию, транспортную инфраструктуру, культурную жизнь, связи с центрами инновационных технологий и др., но, в свою очередь, их присутствие и успех являются причиной привлекательности региона, фактором научного развития и гарантией для компаний, которые ищут источник молодых талантов. Университеты, правительство и предприятия преследуют одну цель – привлечение иностранных инвестиций и зарубежных талантов.

Привлечь лучших студентов и преподавателей мирового масштаба непросто даже для стран и городов, где хватает человеческих ресурсов и где готовы инвестировать в улучшение своей международной репутации как научных центров. В 2002 г. Министерство внешней торговли и промышленности Сингапура запустило «Глобальную образовательную инициативу»

с целью привлечь 150 000 студентов из-за рубежа и к 2015 г. увеличить вклад высшего образования в экономику до 5 %. Правительству не удалось полностью достичь цели. Среди трудностей следует назвать то, что граждане Сингапура считали, что большинство иностранцев занимают их места в университетах (Ын, 2013). Однако относительно образования в сфере управления, правительство было более успешно: Наньянская школа бизнеса и Школа бизнеса Национального университета Сингапура заняли 24 и 26 места во Всемирном рейтинге MBA Financial Times соответственно. Присутствие Insead в Сингапуре с 2012 г. сделало большой вклад в успех страны в качестве центра образования в сфере управления; для продвижения образовательного кластера необходимо взаимодействие как местных, так и иностранных субъектов.

У школ бизнеса есть большие возможности для налаживания связи с предпринимательским сообществом, для внесения вклада в интернационализацию: приглашать членов зарубежного предпринимательского сообщества в экспертный совет, привлекать представителей из зарубежных компаний для участия в учебном процессе и ярмарках вакансий в школах. Хорошей сферой сотрудничества являются специализированные программы, привязанные к специфике и сильным сторонам экономики региона. Эти программы подготовки магистров охватывают несколько сегментов: нефтяная промышленность, судоходство, гостиничный и туристический бизнес, услуги класса люкс, разработка программного обеспечения, аграрный бизнес и др. Разработка таких программ предоставляет большие возможности для сотрудничества между школами и предпринимательским сообществом – обмен технологическим и управленческим опытом, развитие совместных исследовательских центров, карьерный рост участников, привлечение талантов из-за рубежа.

По сравнению с другими высшими учебными заведениями, у школ бизнеса есть особенная ответственность относительно вовлеченности в местные процессы и региональной интеграции. В Университете Санкт-Галлена цель участия в региональном развитии сформулировали следующим образом: «университет не только считается региональным преимуществом, но и важным фактором жизни в регионе» (Бигер, 2014). Недавно EFMD разработала инструмент оценки материальной и нематериальной выгоды, которую школа бизнеса может принести местной среде. Система оценки влияния школ бизнеса (BSIS), разработанная Французским национальным фон-

дом образования в сфере управления (FNEGE), работает на основе набора индикаторов, которые охватывают финансовое, экономическое и общественное влияние школы на сообщество и ее имидж (BSIS, 2017).

Выводы

У университетов и предприятий – разные цели и стратегии относительно интернационализации и разные заинтересованные лица; они действуют в разной экономической и правовой среде, у них разные конкуренты, они располагают разными человеческими ресурсами и возможностями. Однако при столкновении с глобализацией, у них появляется сильный общий интерес к привлечению и удерживанию талантливых людей из-за рубежа. Сотрудничество между университетами и предприятиями – это большой вклад как в выход компаний на мировой рынок, так и в развитие местной экономики. Достичь этой цели можно многими способами: привлечение представителей компаний в совещательные и коллегиальные органы школ, педагогический вклад управленцев, программы стажировки студентов, разработка специализированных программ по обучению руководящих кадров и непрерывный диалог относительно разработки учебных материалов.

Перевод с английского языка на русский язык выполнен Марцевичем Юрием Владимировичем.

References

1. AACSB International (2006). *Business and business schools: A Partnership for the Future*. Tampa, FL: AACSB.
2. AACSB International. (2011). *Globalisation of management education: Changing international structures, adaptive strategies, and the impact on institutions*. Tampa, FL: AACSB.
3. Aggarwal, R. (2008). Globalization of the World Economy: Implications for the Business School. *American Journal of Business*, 23(2), 5–12.
4. AMBA (2016). *MBA Accreditation Criteria* retrieved from www.mbaworld.com. London: The Association of MBAs (AMBA).
5. Banerjee, S., & Morley, C. (2013). Professional Doctorates in Management: Toward a Practice-Based Approach to Doctoral Education. *Academy of Management Learning & Education*, 12 (2), 173–193. doi:10.5465/ame.2012.0159
6. Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17 (1), 99.
7. Barrios, S., & Benito, J. M. (2010). The location decisions of multinationals and the cultural link: evidence from Spanish Direct Investment abroad. *Economic Papers*, 29 (2), 181–196. doi:10.1111/j.1759–3441.2010.00069.x

8. Bieger, T. (2014). How being embedded in your region helps growth. *Global Focus: The EFMD Business Magazine*, 8(3), 28–31.
9. Birkinshaw, J., Lecuona, R., & Barwise, P. (2016). The Relevance Gap in Business School Research: Which Academic Papers Are Cited in Managerial Bridge Journals?. *Academy of Management Learning & Education*, 15(4), 686–702. doi:10.5465/amle.2015.0282
10. Blasco, M. (2009). Cultural pragmatists? Student perspectives on learning culture at a business school. *Academy of Management Learning & Education*, 8(2), 174–187.
11. Bradford, H., Guzmán, A., & Trujillo, M. (2017). Determinants of successful internationalisation processes in business schools. *Journal of Higher Education Policy & Management*, 39(4), 435–452. doi:10.1080/1360080X.2017.1330798
12. Bruner, R. F., & Iannarelli, J. (2011). Globalization of management education. *Journal of Teaching in International Business*, 22(4), 232–242. doi:10.1080/08975930.2011.653908
13. BSIS Business Schools Impact System (2017). *The Key tool for measuring your business school's impact on the world around it*, Brussels: EFMD.
14. Clinebell, S. K., & Kvedaravičienė, I. (2013). Facilitating cross-cultural management education through global faculty exchanges. *Journal of Teaching in International Business*, 24(1), 44–61. doi:10.1080/08975930.2013.810069
15. Cooke, B., & Alcadipani, R. (2015). Toward a global history of management education: the case of the Ford Foundation and the São Paulo School of Business Administration, Brazil. *Academy of Management Learning & Education*, 14(4), 482–499. doi:10.5465/amle.2013.0147
16. Cornuel, E. (2007). Challenges facing business schools in the future. *Journal of Management Development*, 26(1), 87–92.
17. De Meyer, A. (2012). Reflections on the globalization of management education. *Journal of Management Development*, 31(4), 336–345. doi:10.1108/02621711211218988. doi:10.5465/AMLE.2009.41788841
18. EQUIS Standard and Criteria (2017). *EFMD Quality Improvement System*. Brussels: EFMD. Retrieved at https://www.efmd.org/images/stories/efmd/EQUIS/2017/EQUIS_Standards_and_Criteria.pdf
19. European Commission (2015). *The European higher education area in 2015: Bologna process implementation report*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
20. Financial Times (2017). FT EMBA rankings retrieved at <http://rankings.ft.com/businessschoolrankings/executive-mba-ranking-2017>
21. Ghemawat, P. (2008). The globalization of business education: through the lens of semiglobalization. *Journal of Management Development*, 27(4), 391–414. doi:10.1108/02621710810866741
22. Guillotin, B., & Mangematin, V. (2015). Internationalization Strategies of Business Schools: How Flat Is the World? *Thunderbird International Business Review*, 57(5), 343–357. doi:10.1002/tie.21705
23. Hawawini, G. (2005). The future of business schools. *Journal of Management Development*, 24(9), 770–782. doi:10.1108/02621710510621286
24. Hazenbush, M. (2017) *Understanding the Role of the Master in Management in Global Business Education*. Graduate Management Admission Council White Paper. Reston, VA: GMAC.
25. Kaplan, A. (2014). European management and European business schools: Insights from the history of business schools. *European Management Journal*, 32(4), 529–534. doi:10.1016/j.emj.2014.03.006
26. Ng, P. T. (2013). The global war for talent: responses and challenges in the Singapore higher education system. *Journal of Higher Education Policy & Management*, 35(3), 280–292. doi:10.1080/1360080X.2013.786859
27. Schofield, T. (2013). Critical Success Factors for Knowledge Transfer Collaborations between University and Industry. *Journal of Research Administration*, 44(2), 38–56.
28. Schütte, H. (2014). Globalisation: unfinished business for business schools. *Global Focus: The EFMD Business Magazine*, 8(1), 26–30.
29. Schworm, S. K., Festing, M., Cadin, L., Carbone, V., Leon, E., & Muratbekova-Touron, M. (2017). The impact of international business education on career success – Evidence from Europe. *European Management Journal*, 35(4), 493–504. doi:10.1016/j.emj.2017.02.009
30. Thomas, H., & Cornuel, E. (2012, April). Business schools in transition? Issues of impact, legitimacy, capabilities and re-invention. *Journal of Management Development*, pp. 329–335. doi:10.1108/02621711211219095
31. Walker, J. (2009). Language and Culture Requirements in International Business Majors at AACSB-Accredited Business Schools. *Journal of Teaching in International Business*, 20(4), 293–311. doi:10.1080/08975930903405050

Информация об авторе / Information about the author:

Ларсон Жан-Поль Мишель – доктор университет Париж-Дофин, магистр управления, почетный профессор, факультет стратегии, HEC Paris, 1 Rue de la Libération, 78350 Jouy-en-Josas, Франция; +336 62 78 07 77; larcon@hec.fr.

Larçon Jean-Paul Michel – Doctorate University Paris Dauphine, Master in Management, Emeritus Professor, Strategy Department, HEC Paris France, 1 Rue de la Libération, 78350 Jouy-en-Josas, France; +336 62 78 07 77; larcon@hec.fr.

