

# ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ПАРТНЕРАМИ И РАБОТОДАТЕЛЯМИ



*Г. И. Лазарев, О. О. Мартыненко*

## СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПАРТНЕРСТВО УНИВЕРСИТЕТА: ОПЫТ ВГУЭС

Анализируется опыт Владивостокского государственного университета экономики и сервиса по развитию стратегического партнерства с бизнес-средой. Авторы рассматривают основные интересы и ожидания партнеров, а также барьеры, возникающие на пути эффективного взаимодействия. Для обеспечения конкурентоспособности и лидерства в инновационном развитии экономики университет активно внедряет формы и механизмы сотрудничества, адекватные конкретным экономическим условиям региона. Новому качеству образовательных услуг университета способствует усиление практикоориентированности подготовки за счет вовлечения в учебный процесс представителей бизнес-среды, пересмотра подходов к организации практик и стажировок студентов в компаниях-партнерах и к исследовательской работе студентов по заказам предприятий.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** стратегическое партнерство, бизнес-среда, практикоориентированность, качество подготовки, система трудоустройства, предпринимательские компетенции.



*G. I. Lazarev, O. O. Martynenko*

### University strategic partnership: VSUES experience

The article is devoted to experience of Vladivostok State University of Economics and Service in the field of strategic partnership development with business environment. Authors analyze basic interests and expectations of partners as well as barriers, appeared on the way of efficient cooperation. University promotes cooperation forms and mechanism which are satisfied requirements of region specific economical conditions, to achieve competitive ability and leadership in innovative development of economics. New quality of university educational services is provided with increase of practice orientation of training through involvement of business environment representatives in academic activity, review approaches to organization of students' practices and trainings in partner companies and student research work under enterprise order.

**К e y w o r d s:** strategic partnership, business environment, practice orientation, training quality, employment system, entrepreneurial competencies.

Современное общество рассматривает высшую школу как важнейший инструмент реализации национальных стратегий и поставщика новых идей и знаний для развития экономики. Оно рассчитывает, что университеты смогут не только сформулировать, но и реализовать свою современную миссию — мыслить глобально и в международном масштабе, действовать творчески, готовить высококвалифициро-

ванных специалистов для будущих потребностей страны. Для этого требуется новый уровень взаимодействия между обществом, бизнесом и системой образования. Речь идет о формировании отношений стратегического партнерства, под которым понимается объединение (интеграция) всех видов доступных ресурсов — финансовых, материально-технических, кадровых, корпоративных — для взаимовыгодного и уско-

ренного развития человеческого и интеллектуального капитала сторон [2].

В общенациональном масштабе основной целью партнерства высшей школы с предпринимательским сообществом можно считать повышение качества и конкурентоспособности российского высшего образования и национальной экономики в целом. Интеграция осуществляется по многим направлениям, включая разработку стандартов и содержания программ профессионального образования, мониторинг и прогноз рынка труда и рынка образовательных услуг, предоставление мест для производственной практики, организацию стажировок и повышения квалификации преподавателей на предприятиях; развитие системы переподготовки или повышения квалификации работников предприятий в учебных заведениях; участие в управлении учебными заведениями и т. д. [1].

На практическом уровне в сегодняшних реалиях обозначенные цели, являясь абсолютно важными для системы образования, для бизнеса отнюдь не являются приоритетом. Найти точки соприкосновения интересов всех партнеров далеко не просто. В этой статье мы расскажем о собственном опыте стратегического партнерства с бизнес-средой.

### **Важно найти сферы общих интересов и устранить барьеры**

В фокусе стратегического партнерства бизнеса и высшего образования находится обмен знаниями — процесс, эффективность которого существенным образом влияет на конкурентоспособность и улучшение качества жизни в условиях экономики, основанной на знаниях. Специфика этого обмена заключается в его взаимной направленности: должно происходить вовлечение не только бизнеса в образовательную сферу, но и профессионального образования — в экономику и бизнес. Для ускорения процесса интеграции необходимо, чтобы и высшая школа, и бизнес, и общество в целом четко сформулировали свои потребности и ожидания от сотрудничества на всех институциональных уровнях.

Проведенные во Владивостокском государственном университете экономики и сервиса (ВГУЭС) исследования ожиданий сторон и потребностей, которые могут быть непосредственно реализованы в партнерстве, демонстрируют сравнительно высокую степень пассивности приморского бизнеса, который не имеет активной потребности и желания «выращивать специали-

стов». Также приходится констатировать отсутствие осознанной общей цели для партнеров, которая была бы в действительности привлекательной для каждой из сторон. Логично предположить, что такая ситуация может быть обусловлена особенностями ситуации в региональной экономике, для которой характерны слабо выраженный инновационный характер, недостаточно развитый производственный сектор, достаточно большая доля среди предприятий региона представительств и филиалов, имеющих ограниченную самостоятельность в принятии стратегических решений в отношении развития бизнеса, зачастую полностью подконтрольных «центру», отсутствие стабильно развивающихся крупнейших градообразующих предприятий и отраслей, которые могли бы выступать в качестве крупных заказчиков целевой подготовки и исследований.

Согласно нашим опросам, в число обязательных условий, обеспечивающих привлекательность вуза для частных компаний и инвесторов, входят:

- высокое качество подготовки, востребованность и успешность выпускников;
- широкий спектр предлагаемых вузом образовательных услуг и направлений подготовки;
- высокий уровень информационной открытости вуза;
- активное сотрудничество с частными компаниями по различным направлениям деятельности, репутация вуза как добросовестного партнера;
- наличие высокого уровня экономического и управленческого потенциала как гарантия надежности инвестиций;
- реализация активной маркетинговой политики, вовлеченность вуза в региональные сообщества, активное формирование сообществ.

Заинтересованность бизнес-партнеров зависит от активности вуза, его умения определять стратегические приоритеты, инициировать и развивать новые общественно полезные и значимые проекты, направления подготовки. Четко определенная бизнес-стратегия вузов с намеченными приоритетами тех видов бизнеса, которые получают помощь и поддержку, очень важна, если вуз стремится использовать свои ресурсы максимально эффективно. Кроме этого стратегия вузов может выстраиваться в соответствии со специфическими запросами компаний, существующими группами предприятий или нишами на рынке, не охваченными другими учебными заведениями.

ВГУЭС определил для себя следующие возможные выгоды от сотрудничества с бизнес-средой региона:

- повышение качества обучения и конкурентоспособности программ подготовки за счет усиления их практикоориентированности;

- повышение показателей успешной трудоустраиваемости и занятости выпускников;

- получение дополнительных доходов за счет создания новых программ и услуг, развития новых видов деятельности, не противоречащих уставу университета, направленных на удовлетворение потребностей бизнес-среды региона и развиваемых в партнерстве с предприятиями и организациями.

На сегодняшнем этапе ВГУЭС связывает свои интересы к бизнес-среде не только с возможностями глубоких преобразований, которые постепенно будут приводить к качественным изменениям в подготовке и исследованиях и дадут ощутимые результаты в долгосрочной перспективе, но и со своими непосредственными рыночными интересами. Речь идет об ожиданиях университета, связанных с расширением линейки предлагаемых услуг в результате развития партнерства с бизнесом, пропаганде своего бренда в бизнес-среде и повышении имиджа университета как поставщика качественных услуг в сферах прикладных исследований, консалтинга и «образования в течение жизни». Данное ожидание университета вполне соответствует ожиданиям бизнеса от сотрудничества, сформулированных как потребность в обучении персонала, получении новых знаний в областях, непосредственно связанных с практической деятельностью предприятий, притоке свежих идей, новом видении и обновлении кадровой базы.

При построении системы партнерства мы исходим именно из соображений взаимной выгоды сторон. Университет является не только крупнейшим культурно-образовательным и научным центром региона, но и достаточно серьезным экономическим субъектом: по итогам 2009 г. ВГУЭС вошел в сотню крупнейших налогоплательщиков Приморья. Это свидетельствует не столько о масштабах, сколько об уровне управления экономической деятельностью университета как хозяйствующего субъекта, профессиональном маркетинге, обеспечивающем высокую востребованность и конкурентоспособность услуг. В связи с этим мы считаем, что университет при построении отношений с бизнес-средой региона должен занимать позицию равноправного и сильного партнера, обладающего существен-

ными ресурсами. Мы рассматриваем понятие партнерства существенно шире, чем отношения в системе «клиент — поставщик», в которых вуз является поставщиком, а компания — потребителем квалифицированных кадров. Ориентация только на «клиентский» подход создает ограничения для реализации принципа опережающего развития сектора высшего образования.

Напрямую ориентироваться на сегодняшний запрос бизнеса и социума как в подготовке, так и в исследованиях — это значит существенно ограничить возможности адаптируемости выпускников в будущем, зачастую — пожертвовать фундаментальными исследованиями, результаты которых не имеют прямого экономического выхода, и пренебречь таким стратегически важным качеством, как проактивность. Все это противоречит самой сущности и предназначению университета. Поэтому более продуктивным представляется лидерский подход, при котором усилия партнеров направляются не столько на взаимное удовлетворение сегодняшних нужд (хотя это, безусловно, не исключается), сколько на достижение совместных стратегических целей в будущем, активные совместные действия, направленные на построение этого самого «будущего», влияние на региональные и отраслевые тренды.

Формируя систему партнерства на уровне отдельного вуза, необходимо учитывать также определенные барьеры и ограничения, которые на практике могут стать существенными препятствиями при реализации конкретных проектов и программ сотрудничества.

Совершенно неадекватным для стимулирования развития партнерских связей университета представляется подход через «обязательные к выполнению показатели». Обязать всех сотрудничать с бизнесом «в установленные сроки и в установленных формах» — лучший способ испортить имидж университета в бизнес-среде и закрыть для себя этот канал на долгие годы. Современный «рынок клиента» не терпит «массовых технологий», и это абсолютно справедливо в отношении рассматриваемой проблемы. К тому же бизнес — требовательный «клиент», который полон скепсиса в отношении реальной способности вуза быть ему практически полезным. Поэтому важно научиться строить отношения с предприятиями на основе индивидуального подхода, выявляя потребности и ориентируясь на планы и возможности именно этого предприятия, при этом аккуратно относиться к своим обещаниям и к своей репутации.

Нет ничего удивительного в том, что одним из препятствий является человеческий фактор: некоторые ученые и преподаватели не могут идти в ногу с бизнесом. Это может стать причиной неприятия концепции ориентации на потребителя или возникновения диалога на разных языках между образованием и бизнесом. Однако речь идет не о том, что ученые и представители академической среды должны обладать всеми навыками, необходимыми для поддержки развития бизнеса, или развивать их на очень высоком уровне. У них другая профессия, другая среда и иное предназначение, так же как и у представителей бизнеса.

Как отмечается в обзоре Ламберта [3], некоторые препятствия возникают из-за специфики внутренней культуры университетов, где обучение и научно-исследовательская работа являются приоритетными. Такое положение усиливается системой внешних поощрений (финансовых и прочих) персонала, направленных только на обучение и научно-исследовательскую работу. В этой связи одной из наиболее сложных задач для вузов должно стать изменение внутренней культуры, несмотря на внешнее давление, оказываемое, в частности, за счет государственного финансирования, для которого обучение и научная деятельность являются приоритетными.

Наш опыт и опыт наших коллег убеждает в том, что достижение адекватности всех университетских преподавателей запросам бизнес-среды скорее всего невозможно и вряд ли нужно, поскольку сотрудничество с бизнесом и полезность региональному сообществу — важный, но далеко не единственный аспект деятельности университетов. К тому же ориентация только на прямой запрос бизнеса не позволит нам преодолеть имеющуюся негативную ситуацию, при которой вузы следуют за бизнес-практикой, а не лидируют в отраслях.

Более реалистичным нам представляется подход, при котором в университете формируется генерация преподавателей и сотрудников, ориентированных на непосредственное участие в проектах и программах партнерства. Это, с одной стороны, эксперты — квалифицированные специалисты, занимающиеся прикладными исследованиями и разработками и имеющие подтвержденный профессиональный статус. Они рассматриваются как кадровая база для консалтинговых проектов, постдипломных программ, повышения квалификации, ориентированных на профессиональную среду. С другой стороны — проектные менеджеры, компетентные в вопро-

сах управления проектами и программами сотрудничества, знающие и понимающие специфику партнерских отношений, запросов бизнес-среды. Такая кадровая база партнерства в университете должна быть сформирована и простимулирована.

Временные рамки, темп и динамика, в которых работают учебные заведения, зачастую не совпадают с режимом, в котором работают предприятия практического сектора. Компании работают в режиме нон-стоп, регулярно генерируя новые идеи, создавая и осваивая новые знания. Образование чаще всего такими темпами похвастаться не может. В результате бизнес предпочитает обращаться в достаточно развитый сектор практических исследований (социологических, экономических, маркетинговых и т. п.), который выполняется профессиональными консалтинговыми компаниями на уровне, вполне устраивающем заказчика. Если исследовательские проекты вузов ставят цель быть адекватными требованиям бизнеса, им необходимо в первую очередь существенно усилить два ключевых фактора: сроки и практическую ориентацию.

Университеты, несмотря на достаточно большой рыночный опыт, все же не в полной мере ощущают себя рыночными субъектами. В частности, они не готовы рисковать, разделять с компаниями-партнерами коммерческие риски. Отношения взаимной выгоды и формула «университет + бизнес = новый бизнес» работают далеко не всегда. Традиционная структура управления университетом и центрами принятия решений обычно отличается от той, что существует в бизнесе. Соответственно, бизнес не всегда понимает, с чего и с кого надо начинать строить взаимоотношения с вузом. В этой ситуации целесообразно использовать принцип «одного окна», т. е. создавать специализированные структуры, отвечающие за привлечение бизнес-партнеров и формирование отношений с ними, координацию деятельности внутренних подразделений вуза в этом направлении.

Не следует игнорировать также коммуникативные барьеры, созданные традиционными установками в восприятии сторонами друг друга. У университетской профессуры существует несколько высокомерное отношение к представителям бизнес-среды, представление о том, что там все делается «неправильно», «примитивно». Практики в то же время склонны воспринимать университеты как «голую теорию», далекую от практических проблем и не всегда адекватную для практического использования. При разработке

своей стратегии сотрудничества с бизнесом ВГУЭС выбрал позицию принятия и уважения разнообразия. Мы не критикуем бизнес-среду, не навешиваем ярлыков и не даем однозначных определений. Мы принимаем наших партнеров, уважаем их достижения и взгляды.

### Новые формулы взаимодействия

По предложениям самих представителей бизнеса, высказанным в ходе совместных сессий стратегического планирования, самая правильная формула взаимодействия: «университет + бизнес = новый бизнес». Новые бизнес-проекты, генерируемые и реализуемые университетом совместно с бизнесом, с одной стороны, создают новые рабочие места, с другой — требуют совершенно иного уровня компетентности как от выпускников, так и от преподавателей и сотрудников вуза.

С учетом потребностей бизнеса и в соответствии со стратегическими приоритетами ВГУЭС в университете была принята целевая программа «Стратегическое партнерство ВГУЭС на 2009–2011 гг.» (см. рисунок), направленная на развитие нового качества образовательных, научных и иных услуг университета на основе взаимовыгодного и равноправного партнерства. Долгосрочное стратегическое партнерство подразумевает различные формы и механизмы взаимодействия.

*Усиление практико-ориентированной составляющей подготовки по профессионально-образовательным программам* высшего образования университета является сегодня наиболее актуальным требованием, которое, по мнению экспертов, не может быть обеспечено силами самих учебных заведений без участия предприятий.

Подвергаясь критике за излишнюю теоретизированность и оторванность содержания подготовки от содержания практической деятельности, вузы склонны искать объяснение таким выводам в несовершенстве государственных образовательных стандартов (ГОС) и уповать на грядущую их замену стандартами третьего поколения, в которых будет много свободы и реализуется компетентностный подход к обучению.

Наш подход к решению проблемы усиления практикоориентированности в самой меньшей степени связывает первопричину данной проблемы с ГОС. Даже самый лучший и свободный от нормативных ограничений учебный план не способен до конца решить эту проблему, поскольку невозможно в условиях малопрогнозируемой экономики достаточно точно предугадать требования к выпускнику на выходе из программы,

который состоится через 4–6 лет. Более эффективен, с нашей точки зрения, механизм постоянной настройки содержания в процессе реализации профессионально образовательной программы на реалии экономики. Для обеспечения такой настройки мы выработали специальные универсальные в масштабах вуза механизмы, реализуемые как в рамках учебного процесса по основным образовательным программам, так и вне его, в системе дополнительного профессионального образования (ДПО).

В качестве механизмов решения проблемы практикоориентированности в рамках основных программ нами выбраны три:

- участие специалистов-практиков в учебном процессе;
- система практик и стажировок студентов в компаниях-партнерах;
- проектные и исследовательские работы студентов по заказам предприятий.

В настоящий момент университет имеет договоры о партнерстве и сотрудничестве с более чем 400 предприятиями и организациями, активное двухстороннее взаимодействие осуществляется примерно с 40. Традиционное приглашение практиков в штат кафедр сейчас не является приоритетным: во-первых, потому, что серьезные и востребованные практикой специалисты в силу своей высокой загруженности, как правило, не дают качественного преподавания на длительных курсах (опаздывают, переносят занятия, мало общаются со студентами вне занятий, не любят «копаться» с методикой); во-вторых, потому, что в сегодняшней «демографической яме» вузу важно думать о сохранении рабочих мест прежде всего для профессиональных преподавательских кадров. И специалисты-практики относятся к этому с пониманием.

*Более эффективным и продуктивным механизмом представляется нам вовлечение специалистов-практиков в учебный процесс в рамках проекта, который во ВГУЭС носит название «Приглашенные стикеры».* К участию в учебных занятиях по дисциплинам учебных планов в рамках обычного учебного расписания приглашаются специалисты практического сектора: линейные менеджеры, руководители среднего звена, успешные предприниматели. Логика такова: выпускник, приходя на работу в компанию, попадает в прямой рабочий контакт не с генеральным директором, а с начальником своего отдела, коллегами. И с точки зрения полезности для профессиональной адаптации возможность встреч с ними во время обучения, понимания требова-

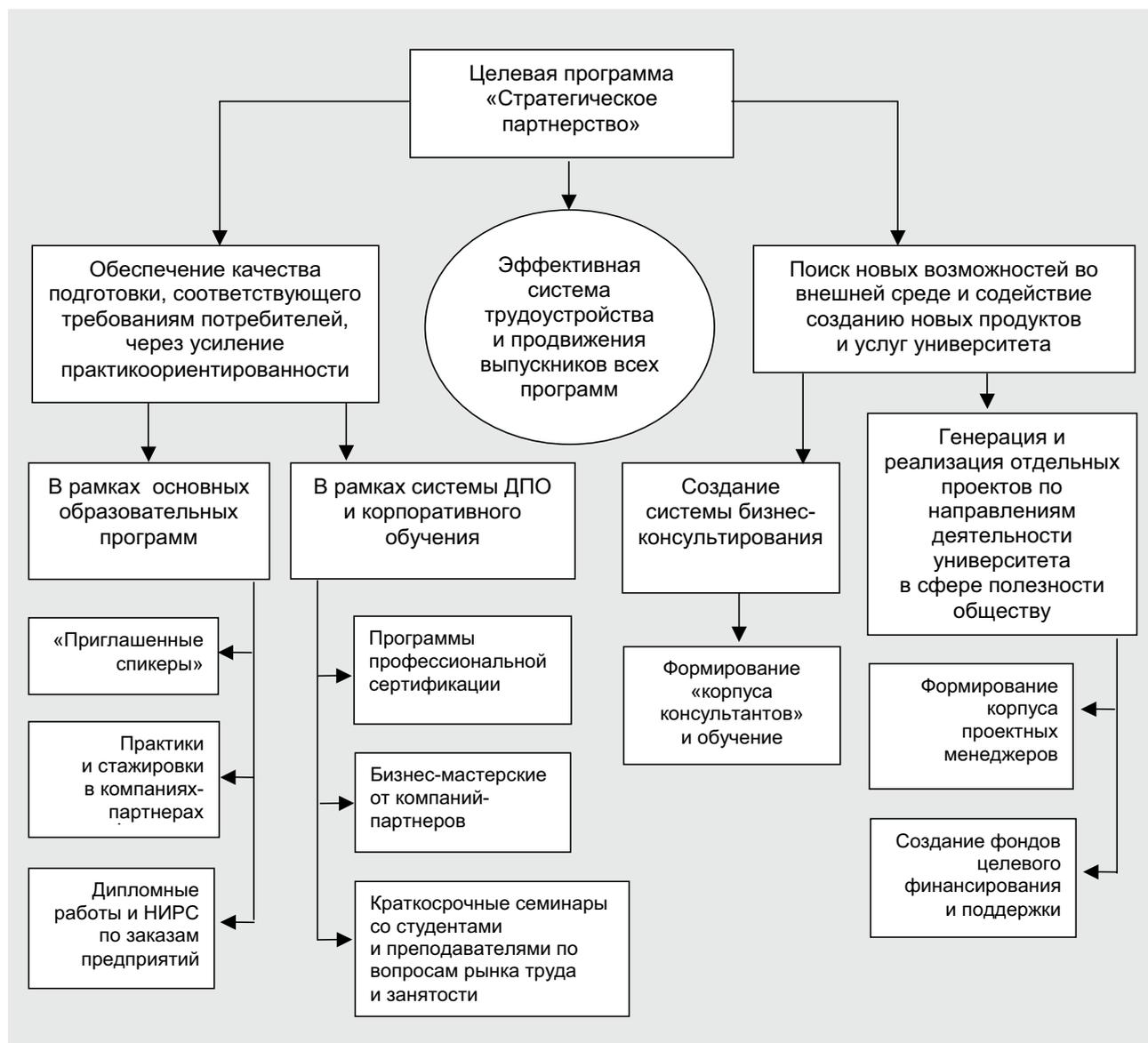
ний, специфики работы, уровня рабочей коммуникации имеет большое значение. Встречи с представителями топ-уровня, руководителями, собственниками компаний, известными лидерами носят скорее вдохновляющий характер, и они также необходимы и очень полезны и студентам, и преподавателям.

Организационную и методическую помощь кафедрам в данном проекте оказывает центр стратегического партнерства, сотрудники которого берут на себя практически всю организационную часть, помимо этого обязательно проводят мониторинг эффективности занятий, анализируют результаты проекта на разных этапах, проводят методические семинары с преподавателями.

В среднем за семестр проводится не менее 30 таких занятий, в проект вовлечены студенты

всех специальностей университета. За 2009 г. в нем приняли участие более 5 тыс. студентов, что составляет более половины контингента очной формы обучения программ высшего профессионального образования головного вуза.

Работа спикеров в данном проекте не оплачивается университетом. Что же мотивирует специалистов компаний к участию в нем? Спикерами движет нормальный человеческий интерес, здоровое желание специалиста поделиться своим опытом и знаниями, а руководители компаний, которые мы приглашаем к участию в проекте, в абсолютном большинстве случаев положительно отзываются и с пониманием относятся к идее проекта, поддерживают нас и охотно направляют своих специалистов, приходят на встречи сами.



Мы отметили пользу таких занятий и для преподавателей, большинство из которых не имеют практического опыта и возможностей прямых связей с профессиональной практикой. Но наиболее ценный и желательный эффект — это продолжение сотрудничества за рамками проекта. Через формирование взаимного интереса у конкретного преподавателя и специалиста мы планируем перейти к связи кафедры и компании, к вовлечению других специалистов, к качественной практике, стажировкам, работам по заказам этой компании.

*Практика — важнейшая составляющая как подготовки специалиста, так и формирования мнения работодателей о ее качестве.* Вуз должен организовать ее наиболее эффективно, суметь выстроить процесс так, чтобы решить свои задачи, не только не ущемляя интересов партнера, но и формируя их.

Мы выяснили, что при тех формальных условиях, которые задает вуз, это мероприятие предприятию неинтересно, если только оно не является заказчиком будущих специалистов. Что конкретно не устраивает работодателя и в чем не совпадают интересы вуза и предприятия в этом процессе? Прежде всего, сроки: лето для предприятий — не всегда удобное время. Как правило, практика длится от 2 до 10 недель, что для компании бесполезно, так как практикант не успевает ни адаптироваться, ни обучиться. До работы по специальности (что, собственно, и ожидают студент и вуз) студента никто не допустит. Компания скорее склонна поручать студентам неквалифицированную работу, которую некому выполнять. Кроме того, компании рассчитывают, что организацией и контролем работы студентов будет заниматься руководитель практики от вуза (вуз же ожидает, что специалисты предприятия будут руководителями и наставниками для студентов).

Мы решили отойти от сложившихся стереотипов и по-новому посмотреть на процесс организации практики. Во-первых, мы пересмотрели ее временные рамки и перешли к гибкой системе: мы принимаем заявки от предприятий в любое время учебного года и предлагаем студентам по их желанию пройти практику в заинтересованной компании. С предприятиями, готовыми к долгосрочным отношениям со студентами, мы переходим от практик к стажировкам, для которых составляется индивидуальная программа, назначается руководитель-наставник от предприятия. Зачет практик в этом случае осуществляется в индивидуальном порядке.

Очень эффективным оказался наш эксперимент с объединением всех практик в одну (что не противоречит ГОС) на специальности «Математические методы в экономике». Объединенные практики были запланированы на 9-й семестр, при этом объем учебных занятий в этом семестре был сведен к минимуму, до 4 часов в неделю по субботам. В течение рабочей недели студенты работали на базовых предприятиях, на них же затем проходили преддипломную практику и выполняли выпускные квалификационные работы. В течение всего периода осуществлялся постоянный контроль работы студентов на предприятиях со стороны выпускающей кафедры. Почти 70 % выпускников этой экспериментальной группы после получения дипломов остались работать на своих базовых предприятиях. Предприятия в большинстве своем были довольны таким подходом, так как они получили почти готовых специалистов на достаточно длительный срок (6 месяцев) и на полный рабочий день, без обязательств по оплате их услуг (хотя практически каждый второй студент получал на предприятии оплату за свой труд), возможность оценить их как кандидатов в свой штат, адаптировать и обучить. В результате и университет, и студенты, и предприятия имели хорошую возможность решить свои проблемы без ущемления интересов других сторон. К сожалению, распространить подобный опыт на все специальности пока не удается, поскольку такой способ организации практик требует очень ответственного подхода к подбору мест практики и заключению договоров с базовыми предприятиями для всех без исключения студентов, организованного контроля и руководства со стороны кафедры.

*На развитие предпринимательских компетенций у студентов и преподавателей ВГУЭС, оказание реальной практической помощи начинающим предпринимателям направлен общеуниверситетский проект «Бизнес-старт».* Он включает проведение экспертного семинара с участием широкого круга студентов и преподавателей профильных кафедр по проблемам развития предпринимательства в регионе; формирование пула руководителей, консультантов и студентов для подготовки дипломных работ по проблемам развития в регионе, публичную защиту этих работ; апробацию интерактивного курса «Основы предпринимательства» для потенциальных и начинающих предпринимателей; организацию летнего тематического молодежного лагеря по теме «Предпринимательство в инновационной сфере».

Мы рассчитываем, что в результате этого

проекта преподаватели, студенты и выпускники будут вовлечены в круг реальных практических проблем развития предпринимательства, будет создана кадровая и методическая базы для консалтинговых проектов в сфере предпринимательства и выявлены перспективные инновационные бизнес-проекты.

На 2–4-х курсах мотивированные на профессиональный успех студенты нашего университета имеют возможность участвовать в *программах, объединенных общим брендом «Бизнес-мастерские»*. Стандартный курс длится 1 или 2 модуля, каждый по 3 месяца. Бизнес-мастерские создаются совместно с компанией, заинтересованной в подготовке кадрового резерва, либо с отдельным специалистом, имеющим большой опыт работы и склонность к наставничеству. Основной формой учебной деятельности в бизнес-мастерской является активное обучение, решение кейсов, выполнение и защита проектов, презентации. В каждой бизнес-мастерской обязательно предусматривается возможность стажировки в компаниях — по желанию слушателей. Конкурс на такие программы обычно достаточно высок, компании сами ведут отбор студентов и относятся к этому очень серьезно. Несколько выпускников бизнес-мастерских, как правило не больше 2–3 из 20 человек, по окончании программы и стажировки получают предложения о работе от базовой компании, остальные существенно повышают уровень своих практических компетенций и в любом случае начинают более уверенно себя чувствовать на рынке труда.

Важнейшее значение для конкурентоспособности выпускников на рынке труда имеет наличие в вузе достаточно *широкого предложения профессиональных сертификационных программ*, по окончании которых предоставляется возможность сдать квалификационные экзамены. Такие программы могут предлагаться студентам не младше 4-го курса, а также работающим специалистам и выпускникам, уже получившим дипломы.

*Линейка программ постдипломного «ангрейдинга» специалистов* требует постоянной актуализации предложения на основе налаженной связи с потребителями. Одним из важнейших аспектов создания и успеха таких программ является кадровый: преподавать на программах для

«взрослой» профессиональной аудитории могут только высококвалифицированные специалисты экспертного уровня, сочетающие высочайший уровень компетентности в профессиональной области и владение современными методиками практического обучения. Именно сейчас, когда стратегическое партнерство с регионом, городом и бизнес-сообществом приобретает особую важность для университета, мы продолжаем и активизируем работу в направлении настройки компетенции университетского экспертного корпуса на запросы практики. Такую настройку, с нашей точки зрения, можно провести через:

1) непосредственное общение в рамках коммуникативных площадок с участием профессионалов (для этой цели мы используем любые встречи, конференции, клубы профессионалов, инициируем их сами);

2) командную работу в совместных проектах (такие проекты генерирует и сам университет);

3) работу экспертов в компаниях (в качестве консультантов, советников, реже — на штатных должностях, в форме стажировок);

4) выполнение хоздоговорных проектов по заказам предприятий и организаций.

Таким образом, необходимость формирования стратегического партнерства бизнеса и образования на всех институциональных уровнях сегодня ни у кого уже не вызывает сомнений. Основная проблема состоит в поиске таких механизмов сотрудничества, которые не просто будут содействовать удовлетворению взаимных ожиданий сторон, но позволят создать синергетические эффекты, направленные на придание нового инновационного импульса развития экономике конкретных регионов и стран.

---

1. Олейникова О. Н., Муравьева А. А. Центр изучения проблем профессионального образования (Национальная обсерватория) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ecsocman.edu.ru/>

2. Стратегическое партнерство : нормативно-методическое обеспечение. СПб. : ЛЭТИ, 2008.

3. Lambert Review of Business-University Collaboration. 2003. Dec. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.hm-treasury.gov.uk/consultations\\_and\\_legislation/lambert/consult\\_lambert\\_index.cfm](http://www.hm-treasury.gov.uk/consultations_and_legislation/lambert/consult_lambert_index.cfm)

