

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИМИДЖЕВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ КИТАЙСКИХ ВУЗОВ В КАЧЕСТВЕ РЕСУРСА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКИХ УНИВЕРСИТЕТОВ

Залужная М.В.¹, Курьянов Н.А.², Гришина А.И.³

¹ГКУ СО РО Азовский центр помощи детям, Азов, e-mail: zaluzhnaya.mari@mail.ru;

²ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет», Ростов-на-Дону, e-mail: n907@mail.ru;

³МБОУ Октябрьская СОШ, Октябрьский, e-mail: a.grishina161rus@gmail.com

Авторы статьи акцентируют внимание читателей на актуальности повышения качества образовательных услуг российских вузов. Рост их конкурентоспособности не только среди отечественных абитуриентов, но и иностранных граждан является сегодня одной из актуальных задач менеджмента высшей школы. В этой связи представляется важным изучить передовой зарубежный опыт управления высшими образовательными учреждениями, определить основные векторы продвижения российского высшего образования на мировом рынке конкурентных образовательных услуг. В Ростовской области наработан положительный опыт эффективного взаимодействия университетов с китайскими вузами. Такое сотрудничество ощутимо влияет на формирование надежного имиджа качества и престижности донского высшего образования. В статье предложены теоретическое обоснование влияния имиджа на конкурентоспособность отечественных организаций высшего образования, основные подходы к повышению имиджевого потенциала вуза. Актуализирована взаимосвязь между позитивным имиджем и повышением уровня конкурентоспособности вуза на рынке образовательных услуг. Авторы подчеркивают, что имидж служит фактором привлечения абитуриентов и даже престижного профессорско-преподавательского состава, создает благоприятные условия для доступа вуза к финансовым, информационным, материальным ресурсам, необходимым для дальнейшего развития образовательной организации. Представлен опыт Ростовской области в данном направлении. Авторы также отмечают в качестве ключевых проблем региональной экономики низкий уровень инновационного менеджмента и недостаточный уровень кооперации донских образовательных организаций высшего образования и предприятий. Работа может представлять интерес для исследователей и менеджеров системы высшего образования в контексте совершенствования подходов к университетскому управлению.

Ключевые слова: имиджеология, конкурентоспособность российских вузов, имиджевый потенциал образовательной организации, китайское образование, высшее образование

USE OF IMAGE TECHNOLOGIES OF CHINESE UNIVERSITIES AS A RESOURCE TO INCREASE COMPETITIVE CAPACITY OF RUSSIAN UNIVERSITIES

Zaluzhnaya M.V.¹, Kuryanov N.A.², Grishina A.I.³

¹Azov Center for Assistance to Children, Azov, e-mail: zaluzhnaya.mari@mail.ru;

²Don State Technical University, Rostov-on-Don, e-mail: n907@mail.ru;

³Oktjabrskaya high educational school, Oktyabrsky, e-mail: a.grishina161rus@gmail.com

The authors of the article emphasize the relevance of improving the quality of educational services of Russian universities, the growth of their competitiveness not only among domestic applicants, but also foreign citizens is today one of the pressing tasks of the management of higher school. In this regard, it is important to study the best foreign experience in the management of higher educational institutions, to identify the main vectors of the promotion of Russian higher education in the world market of competitive educational services. In Rostov region there is a positive experience of effective interaction of universities with Chinese universities. Such cooperation significantly affects the formation of a reliable image of the quality and prestige of Don higher education. The article proposes a theoretical justification of the influence of image on the competitiveness of domestic organizations of higher education, the main approaches to increasing the image potential of the university. The relationship between the positive image and the increase in the level of competitiveness of the university in the market of educational services has been updated. The authors emphasize that the image serves as a factor in attracting applicants and even prestigious faculty, creates favorable conditions for access of the university to financial, information, material resources necessary for further development of the educational organization. Experience of Rostov region in this direction is presented. The authors also note, as key problems of the regional economy, the low level of innovative management and the insufficient level of cooperation of Don educational organizations of higher education and enterprises. The work may be of interest to researchers and managers of the higher education system in the context of improving approaches to university management.

Keywords: image science, competitiveness of Russian universities, image potential of educational organization, Chinese education, higher education

Конкурентоспособность российской экономики напрямую зависит от квалификации специалистов, обеспечивающих инновационное развитие. Этим объясняются особые ожидания и требования, предъявляемые обществом к системе профессионального образования.

Ведущими драйверами экономического роста сегодня призваны выступить образовательные организации высшего образования. Государство ставит сегодня задачу перед Министерством науки и высшего образования Российской Федерации и вузами – ориентироваться на мировые стандарты, соотносить качество подготовки студентов с лучшими практиками и технологиями высшего образования, реализуемыми ведущими зарубежными университетами.

Одним из ожидаемых результатов проводимой работы может выступать формирование устойчивого имиджа отечественных вузов, определенного «знака качества» российского высшего образования.

Цель настоящего исследования – установить методологические связи между конкурентоспособностью отечественных вузов как ожидаемого результата и формированием имиджа образовательной организации как одного из действенных средств его достижения. Кроме того, гипотезой исследования является утверждение, что в качестве драйвера увеличения позитивных имиджевых характеристик вуза могут выступить стойкие, динамично развивающиеся связи с зарубежными университетами.

Иллюстративной референцией исследования определен опыт повышения уровня конкурентоспособности опорного многопрофильного университета Ростовской области – Донского государственного технического университета, в том числе в части применения имиджевых технологий, разработанных и апробированных в ходе взаимодействия с китайскими партнерами.

Материал и методы исследования. Методологическую основу данного исследования составляют научные работы отечественных и зарубежных ученых, изучивших явления «конкурентоспособность» и «имидж» применительно к системе образования.

Термин «конкурентоспособность», пришедший в сферу образования из экономики, означает способность национальной системы образования конкурировать на мировом научно-образовательном рынке, основанную на предоставлении более качественного образования и на его большей доступности в сравнении с другими странами [1].

Т.В. Комарова [2, с. 424] отмечает, что среди всех элементов конкурентных преимуществ в российских вузах по сравнению с зарубежными учреждениями высшего

образования в незначительной степени развиты следующие элементы: инклюзивное образование, международная деятельность, мобильность студентов, инновационная инфраструктура и пр.

Одним из важных факторов повышения конкурентоспособности российского образования выступает увеличение числа иностранных студентов, обучающихся в российских вузах.

По результатам мониторинговых исследований начиная с 2012 года ежегодно фиксируется рост числа иностранных студентов, обучающихся в российских вузах. В 2012 году в российских университетах учились 164,8 тысячи иностранных студентов, в 2018 году этот показатель достиг 309 тысяч человек. По мнению Н.А. Полихиной, такая положительная динамика свидетельствует о росте привлекательности российского высшего образования для иностранцев, признания его качества за рубежом [1].

В организациях высшего образования, расположенных на территории Ростовской области, в 2019 году обучались более 7,2 тысяч иностранных граждан. Всего на территории региона представлено 26 вузов, в том числе один окружной – Южный федеральный университет (ЮФУ) и опорный региональный многопрофильный университет – Донской государственный технический университет (ДГТУ).

Ключевым фактором, свидетельствующим о росте конкурентоспособности российского образования, является значительное улучшение позиций российской высшей школы в ведущих мировых рейтингах университетов. Российские университеты демонстрируют в рейтингах стойкую положительную динамику. Так, согласно анализу, проведенному рейтингом QS, Россия в 2018 году стала пятой в мире по среднему национальному росту, войдя в 6% лучших стран в мире по динамике улучшения позиций в общем рейтинге QS.

Задачи повышения конкурентоспособности решаются за счет более полного включения опорных университетов в региональную повестку развития, что, по мнению Г.В. Суравицкой, создает устойчивые предпосылки не только для решения ряда задач социально-экономического развития регионов, но и для ресурсного обеспечения повышения конкурентоспособности университетов [3, с. 64].

В январе 2019 года Исследовательская группа испанского Национального исследовательского совета (CSIC) Cybermetrics Lab, которая каждые полгода оценивает 25 тысяч образовательных организаций со всего мира, опубликовала результаты рейтинга университетов Webometrics Ranking of World Universities. В мировой рейтинг попадают только 12 тысяч вузов. Среди российских вузов Донской государственный технический университет занял 49-е место, улучшив свою позицию на 11 строк по сравнению с прошлым

годом. Также ДГТУ поднялся и в мировом рейтинге, заняв 2 942-е место (в июле 2018 года – 3 252-е место). При составлении данного рейтинга учитываются такие имиджевые характеристики, как цитируемость научных публикаций ученых вуза на основе аналитических данных исследовательской группы SCImago, количество ссылок на сайт университета с других ресурсов, количество загруженных на сайт вуза и проиндексированных поисковой системой Google документов.

Для достижения целей развития опорных университетов и повышения их конкурентоспособности, по мнению Г.В. Суровицкой, должно быть усилено ресурсное обеспечение рассмотренных процессов. Считаем, что одним из таких ресурсов может выступить имидж образовательной организации.

Понятие «имидж» было применено в рекламной практике в Америке в 1950-х годах. В научное употребление его впервые ввел американский экономист, социолог и поэт английского происхождения К. Боулдинг в начале 1960-х годов. Он обозначил имидж как определенный поведенческий стереотип, влияющий на поступки личности или группы и основанный на престиже и мнениях, которые создают люди на основе своих впечатлений [4, с. 91–92].

В России область научного исследования имиджа стала складываться с начала 1990-х годов с появлением теоретических работ, выполненных на базе социально-перцептивного подхода (А.А. Бодалев), психологии социального познания (Г.М. Андреева) и психологии общения (А.А. Леонтьев). Данные исследования способствовали раскрытию психологических закономерностей восприятия и понимания человека человеком, специфики формирования феномена первого впечатления, социально-психологических эффектов и механизмов межличностного и межгруппового восприятия, изучению содержания социальных представлений и стереотипов, процессов массовой коммуникации, подготовили базу для содержательного обращения к проблематике формирования имиджа различных объектов [5].

Понятие «имидж вуза» в России используется сравнительно недавно – с середины 1990-х годов, когда образовательные организации стали позиционировать оказание услуг. В 1990–2000-х годах появляются теоретические обоснования имиджа вуза, вводится понятие «эффективный имидж вуза», под которым понимается набор положительных характеристик, способствующих достижению основных целей университета, формирующих символический и паблицитный капиталы образовательной организации [6].

Ряд исследователей (Н.К. Моисеева и др.) подчеркивают прямую связь между позитивным имиджем и повышением уровня конкурентоспособности вуза на рынке образовательных услуг. С их точки зрения, имидж служит фактором привлечения

абитуриентов и даже престижного профессорско-преподавательского состава, создает благоприятные условия для доступа вуза к финансовым, информационным, материальным ресурсам, необходимым для дальнейшего развития образовательной организации [7].

При формировании эффективного имиджа важно обозначить определяющие акценты и векторы, ориентированные на слагаемые общего имиджа вуза.

В структуре имиджа вуза Н.К. Моисеева выделяет 8 компонентов: имидж образовательной услуги; имидж потребителей образовательных услуг вуза; внутренний имидж организации, основанный на представлениях преподавателей и студентов о вузе и включающий культуру организации и социально-психологический климат; имидж ректора вуза и ведущих преподавателей, их способности, установки, ценностные ориентации, психологические характеристики, внешность; собирательный, обобщенный образ преподавательского состава; социальный имидж как представления населения о роли вуза в экономической, социальной и культурной жизни общества; визуальный имидж как представления, основанные на зрительных ощущениях, интерьере помещений, фирменной символике организации; и бизнес-имидж, характеризующий эффект деловой активности вуза.

На наш взгляд, конкурентоспособным может считаться известное широкому кругу людей учреждение образования с хорошей репутацией, престижное для трудоустройства и обучения, имеющее авторитетного руководителя и устойчивый уровень качества образовательных услуг.

Таким образом, можно говорить о необходимости формирования положительного и стабильного имиджа вуза, необходимого для эффективного решения задач развития учреждения, в том числе экономико-материального характера.

М.А. Фими́на выделяет четыре компонента, составляющих целостный имидж вуза:

- 1) имидж образовательных услуг;
- 2) управленческий и финансовый имидж;
- 3) социальная активность вуза как субъекта общественной жизни региона;
- 4) имидж образовательного учреждения как работодателя [5].

Важно отметить, что имидж вуза не только представляет собой инструмент управления, но и является объектом менеджмента, нуждающимся в целенаправленной информационной работе, нацеленной на различные группы населения (потенциальные абитуриенты, их родители, педагогическая общественность и др.).

Результаты исследования и их обсуждение

В качестве объекта исследования нами выбран опыт международного сотрудничества, которое относится к способам повышения уровня конкурентоспособности российских

университетов посредством использования имиджевых технологий, в частности опорного вуза Ростовской области – Донского государственного технического университета.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донской государственный технический университет» (далее ДГТУ) в соответствии с договорами о сотрудничестве успешно развивает как двустороннее, так и сетевое взаимодействие в области образования, науки и культуры с университетами и организациями Китайской народной республики (далее КНР).

Основными партнерами ДГТУ являются: Гонконгский университет науки и технологии, Китайский сельскохозяйственный университет, Лудунский университет (г. Яньтай), Чжэцзянский торгово-промышленный университет, Шаньдунский бизнес-институт (г. Яньтай), Шаньдунский транспортный университет (г. Цзинань), Шеньянский архитектурно-строительный университет, Яньтайская сельскохозяйственная академия, Яньтайский университет.

Наиболее тесные связи на протяжении 15 лет установлены ректоратом ДГТУ с Шаньдунским транспортным университетом (г. Цзинань, КНР), они позволяют реализовать различные формы взаимодействия:

- программы изучения русского языка студентами, планирующими обучаться в России, включающие выезд преподавателей ДГТУ на долгосрочную педагогическую работу (с 2004 года в данных программах ежегодно работают 1–2 преподавателя);
- обучение китайскому языку российских студентов (в период 2006–2010 годов не менее 1 преподавателя из КНР);
- летние лингвистические школы русского языка (в 2015–2017 годах соответственно приняли участие 44, 24 и 57 участников);
- летняя лингвистическая школа китайского языка в г. Цзинань (в 2014 году – 8 участников);
- летняя лингвистическая школа китайского языка в г. Вэйхай (в 2018 году – 35 участников);
- участие в студенческих школах-семинарах по различной тематике;
- обучение китайских студентов из КНР по совместной образовательной программе подготовки бакалавров по направлению «Строительство», которая реализуется по модели 3+1+1, т.е. студенты КНР обучаются 3 года в своем университете, 1 год обучаются в ДГТУ по программе подготовительного факультета для иностранных граждан, а в случае успешного завершения программы продолжают обучение в бакалавриате ДГТУ в течение 1 года (с 2009 года ежегодно по данной программе обучаются до 40 китайских студентов);
- реализация долгосрочного проекта – совместной образовательной программы по

подготовке бакалавров по направлению «Организация перевозок и управление на автомобильном транспорте», аккредитованной Министерством образования КНР.

На основе реализуемой в ДГТУ образовательной программы подготовки бакалавров по направлению «Технология транспортных процессов», профиль «Организация перевозок на автомобильном транспорте», с учетом включения обязательных для КНР дисциплин сформирован учебный план, в котором подавляющее большинство специальных дисциплин отводится для преподавания ведущими научно-педагогическими работниками ДГТУ на русском языке в Шаньдунском транспортном университете (далее – ШТУ). Ежегодно с 2012 года около 10 преподавателей ДГТУ выезжают в ШТУ для чтения лекций.

С учетом положительного опыта реализации совместной образовательной программы по подготовке бакалавров по направлению «Организация перевозок и управление на автомобильном транспорте» университеты договорились о создании совместного института.

В 2019 году по инициативе китайской стороны создан совместный Донской институт ШТУ–ДГТУ на базе ШТУ. Китайской стороной предложены 2 направления образовательных программ: «Строительство дорог, мостов, тоннелей» и «Управление на транспорте», которые охватывают большинство процессов, связанных с созданием и функционированием транспортной инфраструктуры, что будет способствовать выполнению договоренностей РФ и КНР о сотрудничестве в рамках трансевразийского проекта «Экономический пояс Шелкового пути». Факт создания Института подчеркивает вовлеченность ШТУ в продвигаемую КНР стратегию «Один пояс и один путь».

«Один пояс и один путь» – ярко выраженный имиджевый межгосударственный проект, являющийся важной частью экономического противостояния Китая и США. Проект «Один пояс и один путь» создает условия для выработки и тиражирования новых механизмов регионального экономического партнерства, стимулирования экономического развития вовлеченных стран, укрепления культурных обменов и связей во всех областях, также содействуя миру и стабильным межгосударственным отношениям.

Донской институт ШТУ–ДГТУ рассматривается китайской стороной как высшая форма реализации российско-китайского академического сотрудничества. Донской институт в 2018 году в рамках конкурсного отбора для создания совместного международного образовательного учреждения, проводившегося Министерством образования КНР, получил разрешение на ведение образовательной деятельности на территории провинции Шаньдун и стал восьмым совместным образовательным учреждением с участием российского партнера на территории Китая.

Образовательные программы Донского института ориентированы на китайских студентов, которые обучаются в ДГТУ на старших курсах (по схемам 2+2 или 3+1).

Ежегодный набор составляет 120 человек на каждую программу. Более 60% дисциплин реализуются на русском языке преподавателями ДГТУ как в ШТУ, так и в г. Ростове-на-Дону.

Качество образовательных программ обеспечивается применением современных технологий обучения и адаптированных учебно-методических пособий и комплексов, включая разработанный в ДГТУ учебно-методический комплекс нового поколения «МЫ», предназначенный для обучения китайских студентов русскому языку. В его основе лежит коммуникативно-деятельностный подход, позволяющий изучать язык с использованием аутентичных материалов в ситуациях, максимально приближенных к реалиям страны изучаемого языка, с применением технологии дополненной реальности «Зрение 2.0».

По результатам освоения образовательной программы и защиты выпускной квалификационной работы оба университета выдают обучающимся дипломы об образовании государственного образца.

Выпускники вузов имеют возможность после обучения по образовательным программам бакалавриата продолжить обучение по программам магистратуры ДГТУ соответствующего направления подготовки.

Для организации деятельности Донского института в Шаньдунский транспортный университет на длительный срок направляются сотрудники ДГТУ, имеющие опыт работы в сфере международного образования, проектирования и реализации международных образовательных программ, а также специалисты по обучению русскому языку как иностранному.

Всего в 2018–2019 учебном году по различным программам в ДГТУ обучались 293 гражданина КНР, в том числе в аспирантуре – 7 человек, на международном факультете – 115 человек, по программам бакалавриата – 112 человек, в магистратуре – 59 человек.

Заключение

Повышение конкурентоспособности высшего образования сегодня соотносится с реализацией стратегических задач экономического развития регионов России. Реализуя проекты совместных вузов, ректораты решают двухстороннюю задачу формирования имиджа успешности. С одной стороны, репутация российского высшего образования позволяет отечественным университетам устанавливать продуктивные контакты с зарубежными вузами. С другой стороны, международная коллаборация напрямую влияет на прогрессивный рост позитивных имиджевых характеристик российских университетов. Кроме того, в процессе взаимодействия происходит межвузовский обмен высококачественными образовательными программами и технологиями.

Согласившись с мнением Е.Д. Липкиной, отметим, что достижение устойчивого

конкурентного превосходства вузов возможно только при условии усиления роли маркетинга [8].

Таким образом, повышение имиджа является актуальной и перспективной целью российских учреждений высшего образования, которая требует постановки и решения амбициозных задач посредством совершенствования механизмов управления конкурентоспособностью, задействования региональных и отраслевых резервов управленческих практик.

Для достижения поставленной цели необходимо обобщение лучшего опыта международных практик взаимодействия, в которое включены сегодня опорные университеты.

Список литературы

1. Тростянская И.Б., Полихина Н.А. Влияние изменений методологии ведущих мировых рейтингов на позиции университетов в них // Социологические исследования. 2018. № 9. С. 71-79.
2. Комарова Т.В. Конкурентоспособность российских вузов в мировом образовательном пространстве: основные тенденции и перспективы // Креативная экономика. 2016. Том 10. № 4. С. 423–432.
3. Суловицкая Г.В. Сравнительная конкурентоспособность опорных университетов России // Университетское управление: практика и анализ. 2017. Том 21. № 4. С. 63-75.
4. Boulding K. National images and international system. Comparative Foreign Policy / Ed. By W. Hanrieder. N.Y., 1971. P. 90-102.
5. Фими́на М.А. Имидж вуза как составляющая системы образования // Актуальные задачи педагогики: материалы Междунар. науч. конф. (г. Чита, декабрь 2011 г.). Чита: Издательство Молодой ученый, 2011. С. 68-72. [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/conf/ped/archive/20/1303/> (дата обращения: 05.11.2019).
6. Управление общеобразовательной организацией. В 2 кн. Кн. 1. Библиотека руководителя общеобразовательной организации / Е. Бахарева, А. Грошева, О. Заславская [и др.]. М.: Перспектива, 2015. 232 с.
7. Гоник И.Л., Юрова О.В., Текин А.В., Стегачев Е.В., Фетисов А.В. Модернизация системы управления как инструмент развития регионального опорного университета // Высшее образование в России. 2016. № 7. С. 117-126.
8. Постановление Правительства Ростовской области от 26.12.2018 № 864 «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Ростовской области на

период до 2030 года. [Электронный ресурс]. URL: <http://don2030.mineconomikiro.ru/> (дата обращения: 10.01.2020).