

ПАРТНЕРСТВО ВУЗА И БИЗНЕСА КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ПУТЬ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ

Е.А. Голубёнкова, М.Г. Брайко, Т.М. Череватая

Одесская национальная академия пищевых технологий

Высшие учебные заведения имеют общую цель с представителями бизнеса - мы хотим готовить квалифицированных специалистов, бизнес - получать специалистов, которые имеют не только теоретическую подготовку, а и современные практические навыки. Сегодня образовательные учреждения подходят к решению этой задачи с использованием различных методов, которые могут существенно отличаться для различных специальностей. Так, если для технических специальностей эффективным будет создание совместных лабораторий с современным оборудованием, то для специальностей экономического и управленческого направления необходимы другие инструменты.

Целью данной работы является исследование и классификация методов успешного взаимодействия высших учебных заведений и бизнеса для повышения качества подготовки по специальностям экономического и управленческого направления.

Исследование основано на общенаучных методах, результатах практического опыта взаимодействия учебных заведений и бизнеса в Одесской национальной академии пищевых технологий, методах сравнительного анализа форм взаимодействия.

Сегодня в сфере профессиональной подготовки рабочих технических специальностей в Украине активно внедряется система дуального образования как наиболее эффективного метода повышения качества подготовки работников. Подготовлены и приняты соответствующие положения, приказы. Однако, среди высших учебных заведений, ведущих подготовку бакалавров и магистров дуальное образование еще не получило широкого развития. Причин несколько. С одной стороны, представители бизнеса не защищены законодательно от того, что студенты, прошедшие подготовку на их предприятиях, не останутся там работать (в большинстве случаев они уезжают из страны). С другой стороны, сотрудники вузов видят угрозу в дуальном образовании в сокращении учебной нагрузки и неактуальности своих знаний.

Современные маркетинговые методики меняются очень быстро. Маркетологи, работающие на предприятиях, в фирмах, как правило, не имеют времени и мотивации для преподавания своих примеров. Среди преподавателей высших учебных заведений пока процент тех, кто совмещает преподавательскую деятельность с работой в реальном секторе экономики довольно низкий.

Следует отметить, что для развития образовательные учреждения должны не только стремиться к росту показателей своей деятельности, повышению позиции в отраслевых рейтингах, но и быть полезными для местного (локального) сообщества, в первую очередь для местного бизнеса. Поэтому необходимо находить эффективные методы долгосрочного сотрудничества с местным бизнесом как мелким, так и средним.

Одним из важных условий эффективности сотрудничества является его долгосрочность, которая строится на высоком уровне доверия между представителями вуза и бизнеса. С одной стороны, участники должны понимать, что представитель предприятия, фирмы сотрудникам вуза раскрывают свои цели, доверяют проблемы, которые не должны передаваться конкурентам. С другой стороны, участники обмениваются явными и неявными знаниями, результатами интеллектуальной деятельности.

Студенты специальностей «маркетинг», «предпринимательство, торговля и биржевая деятельность» активно ищут подработку, устраиваясь по большей части в сферу обслуживания (благо в Одессе как в туристическом центре вакансий

достаточно), что не способствует росту качества учебы и не становится основной для их дальнейшего профессионального роста.

Для повышения качества подготовки студентов по данным специальностям, считаем целесообразным применять коллаборацию со специалистами-практиками.

Коллаборация (от английского collaboration - сотрудничество, взаимодействие, коллективная работа) - процесс совместной деятельности, например, в интеллектуальной сфере, двух и более лиц или организаций для достижения общих целей, при котором происходит обмен знаниями, обучение и достижение согласия.

В Одесской национальной академии пищевых технологий на кафедре Маркетинга, предпринимательства и торговли в процессе подготовки студентов специальностей «маркетинг», «предпринимательство, торговля и биржевая деятельность» активно используются следующие методы:

- спецкурсы от специалистов в сфере маркетинга и предпринимательства;
- мозговые штурмы по задачам бизнеса;
- создание совместных интерактивных учебных пособий;
- трудоустройство студентов на стажировку;
- разработка маркетинговых и предпринимательских проектов по задачам бизнеса;
- участие в решении кейсов от ведущих Украинских компаний на web-платформе CASERS.org, деятельность которой поддерживается Министерством образования и науки Украины;
- методическая поддержка студентов и выпускников на первых рабочих местах.

Классифицировать данные методы целесообразно по таким признакам: количество участников, затраты времени и материальных ресурсов, территориальная привязка к учебному заведению или предприятию.

Сейчас идет активная работа над созданием совместного интерактивного учебного пособия по маркетингу, в котором будет собрана коллекция кейсов по решению различных маркетинговых проблем одной из маркетинговых фирм г. Одессы. Инновационность данного учебного пособия - его формат. Основной материал предоставлен в видео формате. Каждое видео сопровождается пояснительным материалом с описанием сферы применения, рекомендованной темой в определенной дисциплине, характеристикой использованных методов и рекомендованными литературными источниками. Преимущества данного учебного пособия-практикума: актуальность; кейсы касаются местных предприятий; использование видео, как наиболее привычного формата получения информации среди студентов.

Сотрудники кафедры также осуществляют методическую поддержку студентов на первых рабочих местах по специальности. Это происходит при обязательном согласии работодателя (понятие коммерческой тайны сохраняется). Студенты знают, что при возникновении определенных проблем они могут обратиться к преподавателям и получить консультацию о том, какими методами оптимально решать ту или иную производственную задачу. В результате преподаватели имеют актуальную информацию о ситуации в реальной экономике, а студенты более уверенно стартуют в профессиональную деятельность.

Таким образом, комплекс предложенных методов позволяет осуществлять подготовку студентов специальностей экономического и управленческого направления на высоком уровне.