

СПИСОК ИСПОЛНИТЕЛЕЙ

Отв. исполнитель, зав.каф.
менеджмента, д-р экон. наук,
профессор



М.А.Афонасова
(Введение, раздел 1.2;
2.1; Заключение)

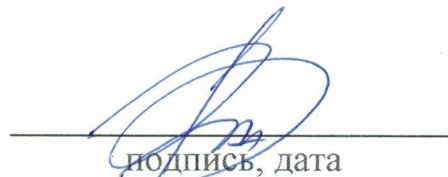
Доцент кафедры менеджмента
канд. экон. наук



подпись, дата

А.В.Богомолова
(раздел 1.1; 2.3)

Доцент кафедры менеджмента
канд. экон. наук



подпись, дата

В.Н.Жигалова
(раздел 1.1)

Доцент кафедры менеджмента
канд. экон. наук



подпись, дата

Т.Д.Санникова
(раздел 1.3)

Ассистент кафедры
менеджмента



подпись, дата

Н.П.Прудникова
(раздел 2.2)

Аннотация

В настоящем отчёте изложены основные научно-методические и прикладные результаты исследования проблем и потенциала развития партнерства образования с предприятиями, представителями бизнеса, полученные на кафедре менеджмента ТУСУР в 2021 году.

Ключевые слова: образование, бизнес, университет, взаимодействие, интеграция, предприятие, партнерство.

В отчетном периоде научно-методическая работа и образовательная деятельность кафедры менеджмента была направлена на исследование проблем, возникающих на пути интеграции университета и бизнеса; на формирование у студентов востребованных рынком труда компетенций; на совершенствование практики взаимодействия кафедры менеджмента с предприятиями и организациями, представителями бизнес-сообщества, а также на отработку технологий и методов реализации образовательного процесса в электронной образовательной среде; на совершенствование учебных планов и рабочих программ дисциплин.

Основное внимание в научно-методической работе кафедры в отчетном году уделялось таким вопросам, как:

- развитие взаимовыгодных форм партнерства университета и бизнеса, соответствующих современным тенденциям и вызовам рынка труда;
- исследование проблем и барьеров, возникающих на пути интеграции образования и бизнеса;
- расширение практики проведения со студентами деловых игр, бизнес-симуляций, проектных заданий;
- формирование и развитие soft- и hard-skills у студентов бакалавриата и магистратуры, востребованными работодателями.

Результаты исследования указанных проблем и направлений их решения нашли отражение в настоящем отчёте о научно-методической работе кафедры менеджмента в 2021 году.

Содержание

Введение	3
1 Современные представления о партнерстве образования и бизнеса в контексте новых глобальных вызовов	4
1.1 Актуализация процессов взаимодействия университетов и предприятий в современных условиях.....	4
1.2 Тенденции и формы взаимодействия университетов с бизнес-структурами.....	7
1.3 Оценка перспектив развития партнерства вуза с предприятиями в современных условиях.....	10
2 Формы и методы взаимодействия кафедры менеджмента с бизнес - структурами.....	14
2.1 Практика взаимодействия кафедры менеджмента с бизнес-сообществом	14
2.2 Вовлечение представителей бизнеса в деятельность лаборатории студенческих инициатив.....	15
2.3 Условия эффективного развития связей кафедры менеджмента с бизнес-структурами.....	18
Заключение	21
Список использованной литературы.....	22
Список публикаций сотрудников кафедры по теме отчета	23

Введение

Создание условий для активизации взаимодействия предприятий и вузов обусловлено осознанием роли образования в развитии национальной экономики, формированием в обществе и в бизнес-структурах понимания необходимости воспроизводства интеллектуального потенциала для решения новых амбициозных задач, стоящих перед наукой и производством.

Известно, что при соответствующем подходе к организации образовательного процесса и выбору технологий взаимодействия с наукой и бизнесом, вуз может мотивировать студентов на развитие профессиональных навыков и осознанное обучение, а педагог может вызвать у студента желание узнать больше информации и получить практические навыки в своей профессиональной области через взаимодействие с реальным бизнесом.

Проведенные кафедрой менеджмента в 2021 году исследования и реализованные мероприятия продемонстрировали, что привычные традиционные формы взаимодействия университета с бизнесом могут перерасти в партнерство, способное активизировать интеграционные процессы и принести результаты, востребованные как образовательными учреждениями, так и производственными предприятиями.

В настоящее время для того, чтобы готовить специалистов, отвечающих требованиям работодателей и вызовам современного рынка труда, университетам необходимо ориентироваться на будущее, т.е. на те условия жизни и профессиональной деятельности, в которых окажется выпускник вуза после его окончания. Кафедра менеджмента, учитывая динамизм происходящих в экономике и обществе трансформаций, пытается адаптироваться к ним через участие в альянсах с наукой и бизнесом, в интегрированных объединениях участников образовательного рынка, чтобы быть готовой к практической реализации концепции опережающего образования.

В настоящем отчёте представлены результаты проведённых кафедрой менеджмента ТУСУР исследований по указанным проблемам, связанным с активизацией процессов взаимодействия образования и бизнеса с целью более практикоориентированной подготовки студентов, обучающихся по направлениям «Менеджмент» и «Управление персоналом», к работе в условиях происходящих изменений, новых вызовов, стоящих перед российским обществом.

1 Современные представления о партнерстве образования и бизнеса в контексте новых глобальных вызовов

1.1 Актуализация процессов взаимодействия университетов и предприятий в современных условиях

Правительственные инициативы по преобразованию сферы высшего образования в основном содержат проекты, направленные на развитие «третьей миссии университетов». Под третьей миссией принято понимать развитие взаимодействия университета с обществом, его социальной ответственности, положения и роли в стране и регионе [1].

В г. Томске, где научно-образовательные организации входят в перечень градообразующих, вопросами формирования условий и механизмов тесного взаимодействия между вузами, властью и бизнесом в рамках модели «тройной спирали» занимаются практически с начала нового столетия. Но условия реформирования высшего образования и современная реальность формируют новые вызовы и ставят перед университетами новые задачи.

В рамках выполнения «третьей миссии» перед вузами ставятся амбициозные задачи, которые включают в себя научно-образовательное, культурное и социальное измерения. В зоне ответственности вузов оказывается формирование точек территориального роста, обеспечение конкурентоспособности на мировых рынках и способности производить продукцию, соответствующую мировым образцам и пр. [2] Рисунок 1 показывает позиции РФ в рейтинге глобальной конкурентоспособности по составляющей «Высшее образование и профессиональная подготовка».

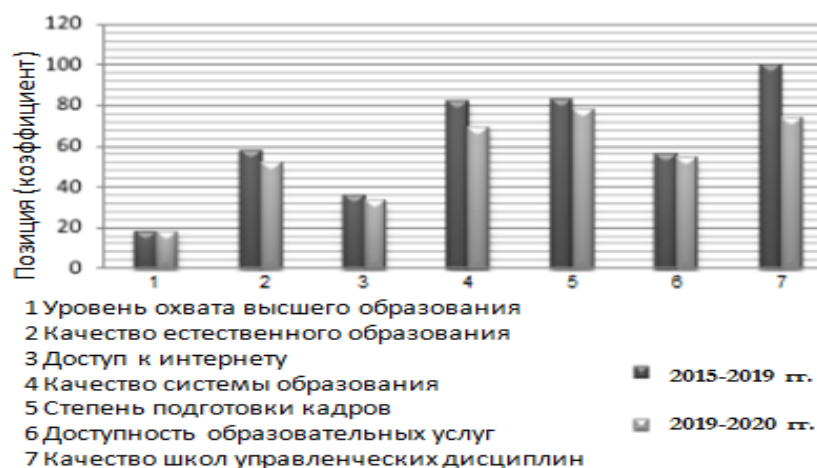


Рисунок 1 – Позиция России в рейтинге глобальной конкурентоспособности по составляющей «Высшее образование и профессиональная подготовка»[2]

Одним из самых низких является показатель уровня охвата высшим образованием. Под воздействием реформ в высшей школе произошел ряд структурных изменений, который привел к укреплению тенденций, которые в свою очередь, сформировали вышеуказанные показатели. С одной стороны, наблюдается устойчивая тенденция увеличения числа бюджетных мест в

вузах и увеличения числа студентов, с другой, - сокращение числа самих вузов, а снижение ценности образования как социального лифта привели к тому, что доступность высшего образования у нас в стране снизилась.

Анализируя деятельность университетов, можно отметить достаточно большое количество проектов, которые реализуются ими. Однако, все они, как правило, имеют локальный и краткосрочный характер, что не оказывает должного влияния на состояние внешнего окружения как с точки зрения подготовки квалифицированных кадров для рынка труда, так и с точки зрения формирования условий для технологического прорыва в отраслях промышленности.

Под воздействием внешних факторов, в частности, ограничительных мер в связи с пандемией COVID-19, претерпевают изменения не только контуры взаимодействия вузов и общества, но и сама образовательная среда. Университет, отвечая вызовам времени, демонстрирует как сильные, так и слабые стороны. Одной из них является проблема качества и актуальности содержания образовательных программ, их соответствия требованиям рынка труда. Это мешает найти точки соприкосновения между образовательными организациями и предприятиями. По данным опроса Росстата и НИУ ВШЭ, более 90% российских работодателей считает, что у выпускников университетов недостаточно практических навыков, при этом также отмечается, что четверть выпускников получают избыточное образование [3]. Следует отметить, что меняется и сам рынок труда, одни профессии замещаются другими, свои коррективы вносят цифровизация и пандемия. Усложнение технологий приводит к возникновению парадоксальной ситуации, в которой при общем сокращении рабочих мест промышленные предприятия продолжают испытывать дефицит кадров. В свою очередь, система высшего образования отличается высокой инертностью, что также не способствует развитию партнерских отношений.

В выстраивании конструктивных форм взаимодействий заинтересованы обе стороны диалога, однако, на сегодняшний день на пути выстраивания такого диалога между вузом и бизнесом возникает немало барьеров. Существуют отдельные примеры довольно успешной интеграции представителей бизнеса и образовательных учреждений, однако, их не так много, и успешные примеры взаимодействия наблюдается лишь в отдельных отраслях, таких, как нефтяная и газовая промышленность.

Барьеры, возникающие на пути эффективного сотрудничества, обусловлены рядом причин, среди которых можно отметить следующие:

- взаимодействие с предприятиями в большинстве случаев является результатом личной инициативы отдельных сотрудников университета, а не вуза в целом [4];
- формальный характер связей университет-предприятие, отсутствие результативных кейсов;
- отсутствие значимых экономических выгод для предприятий партнеров от развития кооперационных связей с вузами;

- рассогласованность целей и ожиданий обеих сторон от сотрудничества и др.

Основными партнерами вузов, как правило, являются крупные компании, которые заинтересованы, прежде всего, в использовании научного потенциала образовательной организации для решения своих задач. Такой интерес носит краткосрочный и конъюнктурный характер, что не способствует увеличению количества совместных проектов. Безусловно, крупный бизнес является драйвером развития отраслей и территорий, но основными работодателями выпускников высших учебных заведений становятся предприятия малого и среднего бизнеса, в интересы которых вузы погружены слабо.

Среди требований работодателей к выпускникам, помимо личных качеств и опыта, все чаще встречаются такие, как наличие дополнительных навыков и квалификаций, способность адаптироваться и решать нестандартные задачи. Следует заметить, что состав требований к молодым специалистам не зависит от профиля полученного образования. Отмечается следующая тенденция: от выпускников гуманитарных специальностей работодатель ждет развитых «цифровых компетенций», умения работать в проектах, а те, кто получил инженерное образование, должны иметь навыки коммуникаций, управления и бизнес-администрирования.

Из этого можно сделать вывод, что российской системе подготовки специалистов необходимо адаптироваться к изменениям требований на рынке труда, для чего следует рассмотреть вопрос о смещении акцентов с получения знаний на развитие универсальных «навыков XXI века» [5]. Также необходимо пересмотреть подход к использованию потенциала взаимодействия вуза с представителями бизнес среды. Модернизация образовательного процесса и программ, а так же поиск новых форм взаимодействия позволит достичь баланса знаний и навыков недавних студентов, начинающих строить карьеру, с требованиями предприятий.

Проблема широкого привлечения специалистов с опытом работы в корпоративном секторе к обучению студентов с целью передачи профессионального опыта, не теряет своей актуальности. Доля преподавателей - практиков установлена в качестве обязательного требования к кадровому обеспечению образовательных программ. Однако, следует отметить ряд сложностей интеграции преподавателя-практика в учебный процесс, такие как отсутствие мотивации, высокая степень бюрократизации процесса оформления трудовых отношений, прохождения конкурсных процедур и пр. Чаще всего у представителей бизнеса отсутствуют ученые степени и звания, что не позволяет закрепить за ними соответствующий статус и полноценно передать ему учебный курс с лекциями и практиками. Еще одной проблемой является отсутствие преподавательского опыта, что приводит к быстрому разочарованию в просветительской деятельности, снижению качества взаимодействия.

Интерес крупных компаний к вузу чаще всего ассоциируется с технологическими проектами в порядке так называемого трансфера технологий. Практика зарубежных вузов показывает высокий уровень внедряемости разработок университетов в промышленность. Российские вузы обеспечивают такую передачу в основном через создание малых инновационных предприятий (МИПов). Основными сложностями использования этого механизма является неготовность преподавательского состава выступать в качестве руководителей инновационных проектов и слабая заинтересованность промышленных партнеров в таком участии вследствие неясных перспектив коммерциализации и высоких рисков. Исправить эту ситуацию можно путем «выращивания» специалистов по связям «вуз-предприятие» в области трансфера технологий, через развитие соответствующих компетенций сначала у сотрудников вуза, а впоследствии и у студентов. Это позволит повысить уровень внедряемости вузовских разработок и будет способствовать развитию предпринимательских сетей и других объединений вокруг вуза.

1.2 Тенденции и формы взаимодействия университетов с бизнес-структурами

Проблемы взаимодействия университетов с промышленными предприятиями и другими бизнес структурами являются не новыми, но продолжают оставаться актуальными как с научной, так и с практической точки зрения. Среди основных причин, затрудняющих интеграцию образования и бизнеса, эксперты называют: разнонаправленность целей и интересов участников взаимодействия, ограниченность ресурсов, которыми необходимо обмениваться в процессе взаимодействия, противоречия между практикой модернизации высшей школы, ее ориентацией на показатели международной конкурентоспособности, и проблемами социально-экономического развития конкретных регионов, на территории которых расположены университеты [6].

Российские университеты в настоящее время ищут варианты трансформации сложившихся моделей взаимодействия с предприятиями реального сектора экономики с тем, чтобы налаживать и развивать устойчивые горизонтальные связи с организациями и предприятиями, будущими работодателями для выпускников. Между тем, эксперты не прогнозируют принципиальных изменений в интеграционных процессах университетов и предприятий в российских регионах в ближайшем будущем. Это обусловлено тем, что, во-первых, российские предприятия в сложных условиях текущего кризиса демонстрируют неготовность налаживать устойчивые партнерские отношения с вузами. Они не понимают, как в условиях действующих ограничений они могут обмениваться дефицитными ресурсами с университетами и не рассматривают вузы в качестве носителей

полезных инновационных практик и потенциальных участников производственного процесса. Во-вторых, проблемой обеспечения баланса взаимных интересов взаимодействующих сторон не озабочены ни органы регионального управления, ни научное сообщество, не сформирован такой запрос и со стороны самих участников интеграционного процесса.

Процессы взаимодействия и сотрудничества вузов с бизнесом в настоящее время осуществляются в различных организационных формах, таких как технопарки, инженерные центры, инновационные и консалтинговые фирмы, базовые кафедры на предприятиях и т.д.

Однако, в современных кризисных условиях вузы перестали получать финансовую поддержку от бизнеса для реализации исследовательских проектов, а бизнес-структуры, соответственно, не получают доступ к новым технологиям через участие в научных исследованиях, хотя они по-прежнему имеют возможность отбора наиболее талантливых студентов - будущих сотрудников. Поэтому сложившиеся условия диктуют необходимость искать новые формы взаимодействия университетов с бизнесом.

На наш взгляд, интеграция вузов и бизнеса в современных форматах - это новая реальность, которая будет развиваться на основе обеспечения баланса взаимных интересов. Главное в таком сотрудничестве – понимание необходимости соблюдения интересов обеих сторон в процессе взаимодействия. То есть, выгоды должны получать обе стороны, причем эти выгоды должны быть весьма ощутимыми, что будет являться основным фактором и мотивом продолжения и углубления сотрудничества.

Говоря о проблеме баланса взаимных интересов, следует отметить, что чаще всего бизнес интересуют проекты по подготовке квалифицированных специалистов по востребованным направлениям, реже – проведение совместных НИОКР. При этом важнейшими востребованными качествами выпускников вузов бизнес считает мобильность, способность быстро обучаться и обладание, наряду с профессиональными компетенциями, всевозможными «мягкими навыками» - *soft skills*. Что касается университетов, их интересы лежат в плоскости организации практик в престижных компаниях, где студенты приобретают необходимые навыки и знакомятся с реалиями будущей профессии, с технологиями и бизнес-процессами. Также университеты заинтересованы в коммерциализации результатов своих исследований, т.е. выводе результатов НИОКР на рынок, в финансовой поддержке со стороны предприятий (спонсорство, стипендиальные программы для студентов и преподавателей и т.п.). Проблемой является то, что стратегии и направления развития университетов на практике зачастую не соотносятся со стратегиями развития бизнеса, потребностями рынка труда.

Поэтому перед российскими университетами стоит важнейшая проблема: поиск новых форматов взаимодействия с промышленным сектором экономики с целью приобретения конкурентных преимуществ и своевременного реагирования на внешние вызовы, попыток работать на

опережение, готовить студентов к новым вызовам современного мира и требованиям трансформирующегося рынка труда. Такими форматами могут быть: экспертная поддержка мероприятий для студентов: хакатонов, дебатов, конкурсов, кейс-чемпионатов и др. (вузам важнее эксперты и классные задачи с призами от бизнеса, чем финансирование); неформальные контакты с представителями бизнес - сообщества (личные контакты в университетской среде имеют огромную важность); стажировки для студентов в рамках совместно разработанных образовательных программ; медиакоммуникации как форма взаимодействия образования и бизнеса в постковидный период.

Однако высшие учебные заведения сталкиваются с существенными препятствиями на пути налаживания партнерства с промышленными предприятиями (особенно инновационными). На практике руководители предприятий зачастую не проявляют интереса к новым формам взаимодействия с вузами, к установлению стратегического партнерства в сфере производства, инновационной деятельности, совместных исследований и т.п. Многие крупные предприятия с давней историей и традициями часто придерживаются старых, основанных на давно сложившихся связях, форм сотрудничества с вузами, ограничиваясь обязательствами принимать студентов на практику и участвовать в процедурах государственной итоговой аттестации студентов (с целью отбора наиболее талантливых выпускников).

К серьезным трудностям в сфере интеграции образования и бизнеса также можно отнести следующие:

- большинство исследований, проводимых университетами, не отвечают современным запросам предприятий реального сектора экономики;
- в университетах не стимулируется у студентов предпринимательский дух в области инновационных разработок;
- существует серьезный разрыв в понимании инноваций промышленностью и университетами;
- большинство НИОКР разрабатывается университетами в рамках государственных грантов, которые не направлены на дальнейшую коммерциализацию разработок или внедрение их на производстве [7]

Особое место в процессе формирования более эффективной модели взаимодействия вуза с предприятиями занимает концепция предпринимательского университета [8], предполагающая, что вузы, наряду с образовательной и исследовательской деятельностью, начинают вносить ощутимый вклад в социально-экономическое развитие региона путем создания малых инновационных компаний, проведения прикладных НИОКР, коммерциализации их результатов и т.п.

Важным направлением сотрудничества предприятий с предпринимательскими университетами является формирование у студентов в процессе их обучения в вузе навыков предпринимательства, самозанятости, основ инновационного поведения, способности разрабатывать и реализовывать собственные проекты. Предпринимательский университет также обучает молодых людей генерировать инновационные идеи и

предлагать их своим работодателям, даже если человек является сотрудником предприятия. В этом случае университет также вносит свой вклад в процесс интеграции образования и бизнеса.

Поэтому реализация на практике концепции предпринимательских университетов представляет собой реальный вклад в новую, приемлемую для существующих условий, модель взаимодействия вузов с бизнесом, позволяющая и вузам, и предприятиям приобретать и наращивать свои конкурентные преимущества в сложной динамичной среде.

Еще одна проблема, решение которой находится в плоскости эффективного взаимодействия предприятий региона с вузами, расположенными на его территории, – это проблема несбалансированности структуры подготовки кадров в системе высшего образования с отраслевой структурой экономики, которая остро стоит не только в стране в целом, но и практически во всех регионах. Если говорить о стратегических перспективах, то данная проблема должна решаться через внедрение новых направлений подготовки и пересмотр образовательных программ, приведение их в соответствие с долгосрочными перспективами развития регионов и отраслей. Но если искать решение текущих кадровых проблем бизнеса, то речь может идти о расширении практики целевой подготовки специалистов для нужд работодателей региона.

Несколько слов еще об одном тренде во взаимодействии университетов и бизнеса – ad-hoc исследования и консультации, представляющие собой эксклюзивные исследовательские проекты, осуществляемые для решения конкретной (одноразовой) возникающей проблемы совместно учеными университетов и представителями компании, по заказу которой реализуется проект. Ключевыми факторами, «подталкивающими» бизнес к реализации подобных проектов, являются: сложность самостоятельного решения возникающих проблем, ограниченность времени, приемлемый уровень стоимости и качества результата. Как правило, предприятия обращаются к университетам, если им необходимо выполнить сложное исследование, требующее специальных знаний и компетенций, также мотивом для обращения к ad-hoc консультациям является необходимость использования специального (зачастую - лицензионного) программного обеспечения, специальных систем, оборудования и т.п. [9]

1.3 Оценка перспектив развития партнерства вуза с предприятиями в современных условиях

На сегодняшний день все факультеты ТУСУРа осознают необходимость интегрироваться с бизнесом. Но и бизнес со своей стороны тоже должен осознать, что невозможно просто нанимать себе выпускников и доучивать, как это делалось раньше.

В образовательной среде давно сформировалось понимание того, что вузы и предприятия не просто могут, но даже обязаны сотрудничать друг с другом, ведь в конечном итоге от этого выигрывает каждая из сторон. Вовлекая работодателей в учебный процесс, вузы могут актуализировать свои образовательные программы, формируя компетенции, которые точно будут востребованы рынком труда. Студенты могут в процессе учебы знакомиться с реальной практикой, формируя представление о том, что их ждет в будущем. Коммуникация между вузами и бизнес-сообществом, таким образом, должна стать неотъемлемым элементом всей системы образования.

Сотрудничая с вузами, бизнес может сформировать у студентов-будущих специалистов лояльность к своей компании, обеспечивая свои планы развития кадровыми ресурсами. Университет должен постоянно расширять партнерскую базу, так как это одно из важных направлений в комплексной работе по трудоустройству выпускников. При этом необходимо при формировании направлений подготовки кадров учитывать реальные потребности бизнеса.

Однако на этом пути возникают препятствия, основной причиной которых является сложность нахождения точек соприкосновения интересов представителей бизнес-структур и вуза. Кафедра менеджмента ТУСУР в 2021 году провела экспресс-исследование, направленное на выявление представлений обеих сторон о перспективных формах сотрудничества, выгодных как вузу, так и работодателям. В опросе приняли участие преподаватели кафедры менеджмента (20 человек, включая совместителей) и представители малого, среднего и крупного бизнеса г.Томска (20 человек). Респондентам было предложено оценить по 10-балльной шкале 15 форм сотрудничества бизнеса и вуза (табл. 1).

Таблица 1 – Формы взаимодействия вуза и работодателей

1	Практика студентов
2	Целевое обучение
3	Ведение занятий представителями бизнеса
4	Руководство дипломными работами
5	Участие представителей бизнеса в формировании учебных планов и рабочих программ
6	Проведение мастер-классов для студентов представителями бизнеса
7	Проведение совместных мероприятий для студентов (бизнес-игры)
8	Участие представителей бизнеса в итоговой государственной аттестации
9	Стажировки старшекурсников
10	Проведение презентаций компаний в вузах
11	Ярмарки вакансий в вузах
12	Стипендии от предприятий для лучших студентов
13	Гранты от предприятий для проектов лучших студентов (на конкурсной основе)
14	Совместные исследовательские проекты (с преподавателями и студентами)
15	Проведение совместных научно-практических конференций и бизнес-форумов

Исследование не претендует на глобальное представление результатов, однако дает некоторое представление об отношении представителей вуза и

работодателей к сотрудничеству и позволяет выявить формы интеграции, одинаково интересные обеим сторонам, и точки рассогласования интересов, т.е. те формы, которые одна из сторон считает бесперспективными.

Результаты опроса приведены на рис. 2.

На первом месте по баллам у представителей вуза (8,7) и бизнеса (6,4) – практика студентов. Это понятно, ведь организовав практики в престижных компаниях, вуз всегда выигрывает в глазах студентов, при этом вузы если не решают проблему трудоустройства своих выпускников, то хотя бы облегчают им ориентацию на рынке труда. Интерес бизнеса тоже объясняется получением возможности выбирать среди практикантов своих будущих работников. Такое же количество баллов (6,4) представители бизнес-структур поставили форме взаимодействия «Ярмарки вакансий в вузах». Т.е. бизнес волнует, в первую очередь, подбор перспективных молодых кадров.

Точками соприкосновения так же можно считать такие формы как проведение презентаций компаний в вузах (5,8 – преподаватели, 5,4 – бизнес), руководство дипломными работами (5,4 – преподаватели, 4,6 – бизнес). Небольшая разница в оценках позволяет считать перспективными формами взаимодействия стажировки старшекурсников (6,2 – преподаватели, 4,4 – бизнес), и проведение совместных научно-практических конференций и бизнес-форумов (6,5 – преподаватели, 4 – бизнес).

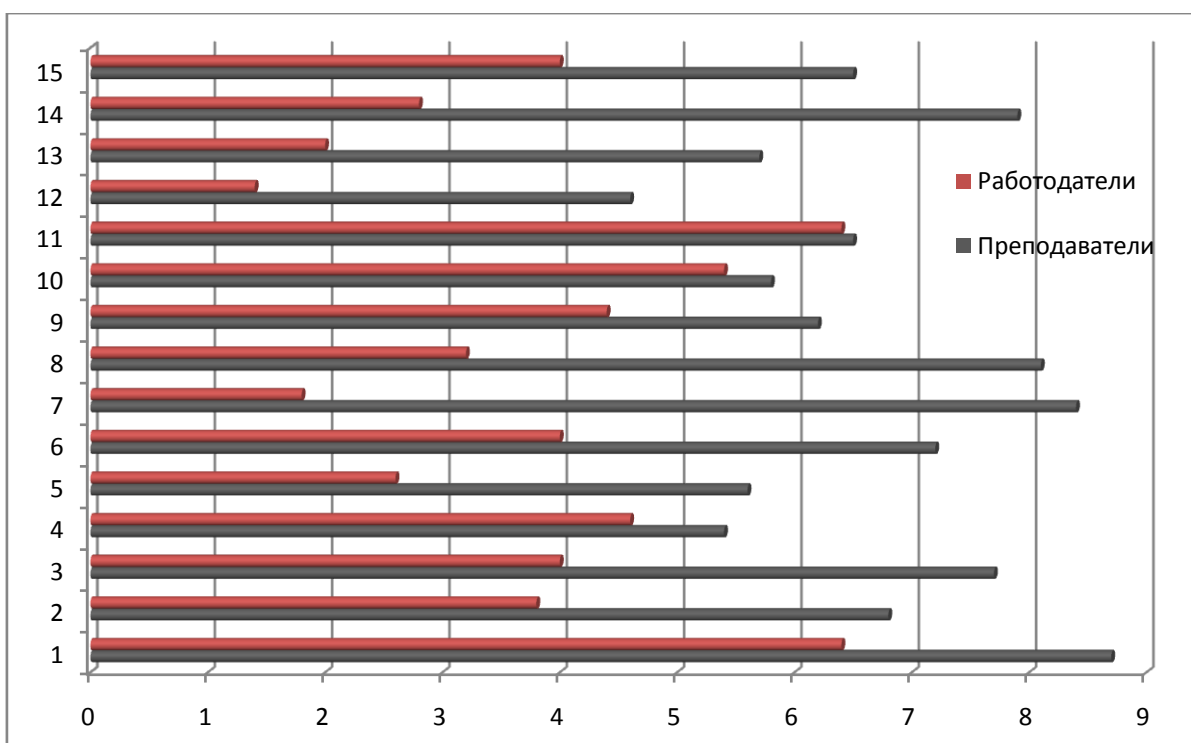


Рисунок 2 – Результаты опроса представителей ТУСУР и работодателей*

*представители томских бизнес-структур

А дальше идут расхождения: идея целевого обучения явно не так вдохновляет бизнес (3,8), как преподавателей (6,8); представители бизнеса не стремятся вести занятия и мастер классы для студентов (по 4 балла), тогда как преподаватели были бы рады видеть их в аудитории (7,7 и 7,2 соответственно); представители бизнеса не считают важным участие в формировании учебных планов/рабочих программ (2,6), а также в ГИА, хотя представители вуза не отрицают полезность этого (5,6).

И, наконец, полярные расхождения во мнениях: работодатели самыми низкими баллами оценили проведение совместных мероприятий для студентов (1,8), стипендии от предприятий для лучших студентов (1,4), гранты от предприятий для проектов лучших студентов (2), совместные исследовательские проекты с преподавателями и студентами (2,8)). Тогда как представители вуза считают эти позиции очень важными для общего успеха (8,4; 4,6; 5,7; 7,9 соответственно).

Примечательно, что уровень оценок по всем позициям у преподавателей гораздо выше, что явно свидетельствует о существенно большей заинтересованности в сотрудничестве, чем у представителей бизнеса, как правило, относящихся к данной перспективе скептически. Особенно скептицизм проявляется в случаях, когда работодателю надо вкладываться какими-то ресурсами в совместные действия: финансовыми, временными. Пример: представителем кафедры были проведены переговоры с директором ООО «ТомГейт» Д.В. Шерстобитовым, в ходе которых было озвучено предложение провести аудит системы управления персоналом в организации. В ответ прозвучал только один вопрос: сколько это будет стоить? Понятно, что полноценный аудит всей системы не может не быть затратным. Стороны не договорились. Однако, когда возник вариант провести этот аудит силами магистранта кафедры в ходе производственной практики, работодатель охотно пошел навстречу, признав, что в любом случае это будет полезно.

Таким образом, можно констатировать, что сегодня вполне активно реализуются традиционные формы сотрудничества, такие как практики студентов, участие в образовательном процессе (преподаватели-практики), мастер-классы. Однако этого недостаточно для полноценного партнерства вуза и бизнеса. Чтобы сотрудничество от рассматривания вузов просто как источников кадрового обеспечения перешло к взаимодействию по решению проблем развития деятельности бизнес-структур, необходим рост уверенности предпринимателей в устойчивости всей социально-экономической системы и, как следствие, в долгосрочных перспективах своего дела, что снизит риски вложений в совместные проекты и действительно позволит реализовать интересы обеих сторон.

2 Формы и методы взаимодействия кафедры менеджмента с бизнес -структурами

2.1 Практика взаимодействия кафедры менеджмента с бизнес -сообществом

Опыт установления и развития отношений кафедры менеджмента с предприятиями показывает, что совместные проекты предприятий и университета помогают решать интересующие обе стороны проблемы: нехватка квалифицированных специалистов на предприятиях и трудоустройство выпускников вуза. Известно, что подключаясь к образовательному процессу в университете, бизнес экономит не только время на обучение и адаптацию специалистов, но и до 20% затрат на поиск и привлечение сотрудников. К тому же, сотрудники и студенты вуза могут при определенных условиях стать клиентами компании [10]. Это в определенной степени «подталкивает» бизнес к сотрудничеству с вузом, с профильными кафедрами.

В свою очередь, выпускающая кафедра без привлечения к образовательному процессу представителей профессионального сообщества не сможет выполнить задачу подготовки востребованных кадров для современного рынка труда. Однако, существующий опыт показывает низкую эффективность усилий по достижению этой цели, поскольку существует целый ряд барьеров на пути. Для выхода из сложившейся ситуации кафедра менеджмента предлагает рассмотреть и апробировать несколько вариантов повышения уровня интеграции с бизнесом посредством:

- включение в содержание учебных дисциплин изучение кейсов реальных компаний, которые бы отражали уровень и сложность текущих задач бизнеса, и позволяли студентам понимать будущие требования работодателя. Кроме того, решение кейсов в настоящее время является обязательным элементом программ проведения национальных и международных студенческих олимпиад, чемпионатов и других состязательных мероприятий для студентов;

- организация обязательных ежегодных стажировок в компаниях как студентов, так и преподавателей, причем для последних предусмотреть наличие стажировок в условиях избрания на должность;

- создание на базе кафедр и факультетов консультационных ad-hoc центров, что позволит выстраивать взаимодействие с представителями малого и среднего бизнеса на новом уровне; а для крупных предприятий создать условия для развития более глубоких связей на уровне базовых кафедр или лабораторий;

- включение в образовательные программы кросс-дисциплин («на стыке» наук), для инженерных специальностей это могут быть дисциплины, формирующие представления об экономике, маркетинге и последних достижениях в области функционального и проектного менеджмента, а для

«гуманитариев» - те, что помогут лучше ориентироваться в мире больших данных и цифровых технологий.

Таким образом, в современных условиях выпускающим кафедрам целесообразно не просто время от времени организовывать участие представителей бизнеса в образовательных мероприятиях и проектах вуза. Главное для повышения мотивации и заинтересованности бизнеса в сотрудничестве с университетом - это выбор нескольких привлекательных взаимовыгодных форматов взаимодействия, заключающихся в реализации выгодных и интересных для обеих сторон совместных проектов, поддерживаемых руководством. Помимо формальных видов взаимодействий, существует также широкий спектр неформальных контактов сотрудников университетов и коммерческих фирм, включающих участие в конференциях, ярмарках вакансий, ad-hoc консультациях, заседаниях рабочих групп, попечительских советов и т.п., которые вносят реальный вклад в укрепление партнерских отношений между высшим образованием и бизнесом

2.2 Вовлечение представителей бизнеса в деятельность лаборатории студенческих инициатив

Для того, чтобы студенты имели представление о работе в бизнес среде, развивали в себе необходимые навыки и компетенции, на кафедре менеджмента ТУСУР была создана лаборатория инициатив студентов (ЛИС). Лаборатория проводит образовательные мероприятия в интерактивном формате - принципиально другой форме многосторонней коммуникации, в отличие от стандартных учебных занятий, которые посещают студенты.

Данная модель коммуникации позволяет студентам не просто получать знания от преподавательского состава кафедры и сторонних экспертов, но и включает в себя элементы формирования и обоснования мнений студентов, формирования общего видения реалий бизнес среды.

Данный формат обучения получает все большую популярность среди студентов (как дополнительное обучение для развития профессиональных и надпрофессиональных компетенций), а также в бизнес-среде (в рамках системы адаптации и обучения новых сотрудников, повышения квалификации). Этот формат имеет хорошие отзывы со стороны студентов и высокую эффективность с точки зрения полезности, подтвержденную практикой.

Университет может готовить своих студентов к рыночным реалиям уже с первых курсов обучения, погружая их в интерактивные форматы, с которыми они могут столкнуться на первом собеседовании с потенциальным работодателем или на производственной практике. Знания, полученные студентом за партой – это только часть того, что необходимо для эффективной работы на современном рынке труда. Особенно, если речь идет о специалистах сферы управления и менеджмента.

Организация мероприятий в партнерстве с представителями бизнеса стимулирует студентов к профессиональному саморазвитию, к стремлению проявить себя и определиться со сферой деятельности, что формирует более осознанный подход к обучению по выбранному профилю.

Для повышения компетентности и развития надпрофессиональных навыков студентов экономического факультета используются следующие форматы дополнительных образовательных мероприятий: экспертные сессии, деловые игры, бизнес-симуляции, тренинги и мастер-классы. В последнее время наибольшей популярностью пользуются игровые форматы и интерактивное общение с представителями бизнеса.

Весной 2021 года было реализовано событие «Весна на экономе»: мастер-класс «Внешний и внутренний рекрутинг» и интеллектуальная игра «БизКвиз».

По отзывам студентов кафедры менеджмента, самым полезным и информативным мероприятием всего учебного года стал мастер-класс от самого востребованного HR-менеджера г. Томска Сергея Ошаева (директор по региональному развитию ГК «Иннотех», со-основатель TeamLab.pro – сервис для организации стажировок для молодых специалистов). Студенты обсудили со спикером ряд интересующих их вопросов, касающихся требований современного рынка труда, внешнего и внутреннего рекрутинга, критериев подбора кадров в успешные компании, особенностей прохождения собеседования на вакантную должность и т.п.(рис.3)



Рисунок 3 – Фотография и афиша мастер класса с представителями бизнеса

В 2021 году было запланировано несколько мероприятий, которые пришлось отменить или перенести на более позднее время из-за ограничений, связанных с распространением COVID-19 в городе Томске. Однако, ряд мероприятия удалось провести.

Экономическая бизнес-симуляция «Business Battle» - традиционное мероприятие кафедры менеджмента, ежегодно организуется преподавателями и магистрами кафедры. Команды участников ведут конкурентную борьбу на рынке за наибольшую долю рынка и прибыль. Для старта работы компании команды получают первоначальный капитал от

инвесторов (жюри, в которое входят представители бизнеса), презентовав свою бизнес-идею. Далее игра симулирует деятельность компании (производство и продажи, найм сотрудников, страхование бизнеса, выплаты налогов, оформление кредитов и т.п.).

Кубок по предпринимательству «Iron Business Man». В программу события были включены мероприятия:

- мастер-класс по финансовой грамотности с приглашенным экспертом. Мероприятие направлено на формирование у студентов понимания основ управления личными финансами, о возможностях и путях пассивного дохода;

- настольная экономическая игра «Не в деньгах счастье». Игра формирует представление о потребностях работников и ценности денежных средств для них;

- мастер-класс от центра «Мой бизнес». Студенты получают информацию о работе центра, его полезности для предпринимателей. Узнают о тенденциях предпринимательства в г. Томске, проблемах, с которыми сталкиваются предприниматели и примеры решения этих проблем.

- кейс-игра «Секрет фирмы». Студентам необходимо провести анализ деятельности компании, согласно выданным условиям, выявить проблему и найти пути ее решения для данного бизнеса. Свое решение и пути развития компании участники презентуют жюри, состоящее из представителей бизнеса.

Деловая игра «Идея на миллион» была проведена в декабре 2021 года. Игра моделирует процесс генерации бизнес-идеи, создания и вывода на рынок продукта. В игре используется 72 карточки, с помощью которых студенты формируют уникальное товарное предложение и защищают бизнес-идею (рис. 4).



Рисунок 4 – Фотография и афиша мероприятия «Идея на миллион»

Опыт проведения образовательных мероприятий в сотрудничестве с бизнесом позволяет сделать вывод о положительном эффекте подготовки студентов через взаимодействие университета с бизнес-структурами, которое

помогает сократить разрыв между знаниями и навыками выпускников и реальными потребностями бизнеса в компетенциях сотрудников.

Проводимые в рамках лаборатории образовательные мероприятия в современных форматах дают возможность задать все интересующие вопросы экспертам, пополнить контактную базу (для прохождения студентами производственной практики и дальнейшего трудоустройства), отработать навыки и знания, полученные в университете, а бизнесу – приобрести потенциальных сотрудников с необходимыми компетенциями. Такая взаимовыгодная обратная связь приносит ощутимую пользу как для студентов и университета, так и для бизнеса [11].

2.3 Условия эффективного развития связей кафедры менеджмента с бизнес-структурами

В государственных образовательных стандартах прописаны формы взаимодействия вузов с профессиональной средой, посредством реализации которых предполагается обеспечить практикоориентированность образовательных программ и подготовку востребованных специалистов. Среди этих форм наиболее широко используемыми кафедрой менеджмента являются: привлечение представителей работодателей к образовательному процессу; экспертиза учебных планов и работа руководителей предприятий в государственных экзаменационных комиссиях; организация учебных и производственных практик на действующих предприятиях.

Однако, такой характер взаимоотношений носит эпизодический, зачастую формальный характер и не способен привести к формированию устойчивых связей кафедра-предприятие т.к. он строится на основе личных инициатив сотрудников с обеих сторон. Основной причиной этого состояния связей с предприятиями является значительная доля скепсиса со стороны работодателей относительно возможностей академической среды в подготовке специалиста, удовлетворяющего современным требованиям работодателей.

Кафедра менеджмента готовит специалистов в области управления, профессиональная деятельность которых имеет высокую экономическую и социальную значимость при совершении профессиональных действий и принятии решений. Поэтому, несмотря на довольно успешный опыт использования традиционных форм взаимодействия с бизнес-средой, кафедре очень важно понять и сформировать условия, в которых связи с профессиональным сообществом будут приобретать устойчивый и долгосрочный характер.

Как отмечалось ранее, основными партнерами, реализующими программы взаимодействия вуз-предприятия, в настоящее время являются представители крупного бизнеса, для которых основной интерес сосредоточен в научной области, а взаимодействия в образовательном процессе осуществляются только в рамках выполнения условий партнерских

отношений. Малый и средний бизнес испытывает определенные трудности в выстраивании связей в вузом по причине отсутствия достаточного числа «свободных» сотрудников и затрат времени на прохождение различных согласовательных процедур. Громоздкие требования к документированию процедур оформления и сопровождения процессов взаимодействия снижают актуальность привлечения и использования научного и образовательного потенциала вуза в решении проблем таких предприятий.

При этом именно представители малого и среднего бизнеса являются основными работодателями для наших выпускников, поэтому необходимо искать подходы к развитию устойчивых связей кафедры именно с этой частью бизнес-среды. Как было показано выше, работодатели не вполне уверены в качестве и актуальности знаний и навыков выпускников формирующихся в процессе обучения. Такое мнение связано даже не с содержанием образовательной программы, которое регулярно обновляется, а с возможностями преподавателей обеспечивать достаточный уровень профессиональной подготовки выпускников. Сомнению подвергается квалификация преподавателя в практической области деятельности.

Исходя из вышеизложенного, можно сформулировать несколько направлений, по которым могла бы развиваться система связей кафедры менеджмента с бизнес-структурами:

1. Развитие уровня профессиональных компетенций преподавателей. Идея состоит в том, чтобы погрузить преподавателей в практику реального бизнеса через прохождение ежегодных краткосрочных стажировок на предприятиях. Однако, в этом вопросе мы можем столкнуться с противодействием как со стороны преподавателей, так и бизнеса. Для повышения заинтересованности преподавателей в программах стажировки эффективным контрактом вуза можно предусмотреть ряд стимулирующих мер. Однако, отсутствие системы оценки и контроля компетенций преподавателя делает эту процедуру формальной, не позволяет гарантировать использование полученных новых практических знаний в образовательном процессе. Повысить результативность данного механизма можно было бы с помощью включения в конкурсные требования при избрании на должность ППС, при этом следует предусмотреть формирование базы предприятий, готовых принимать на стажировку преподавателей.

2. Развитие практики сетевого взаимодействия кафедры и предприятий, формирование устойчивых горизонтальных связей, в которых в качестве ядра будет выступать кафедра менеджмента. В качестве субъектов взаимодействия, прежде всего, можно рассматривать компании, созданные выпускниками кафедры и вуза, в этом случае можно быстрее находить точки соприкосновения и преодолевать коммуникативные барьеры. Такие связи позволят, во-первых, формировать базу реальных кейсов предприятий для внедрения их в образовательный процесс. Во-вторых, своевременно получать информацию о процессах и изменениях, протекающих в бизнес-среде, что позволит актуализировать содержание отдельных дисциплин и

образовательных программ в целом. В-третьих, позволит использовать потенциал сотрудников кафедры для решения различных профессиональных задач предприятий.

3. Повышение уровня практико-ориентированности образовательных программ путем включения в ряд дисциплин реальных кейсов предприятий. Успешная реализация первых двух направлений позволит сформировать предпосылки для осуществления этой стратегической задачи.

На текущий момент, вуз дает выпускнику слабое представление о структуре, правилах игры и бизнес-процессах реальных предприятий. Возможность проходить стажировку в компаниях, начиная со второго курса, помогла бы студентам лучше понять специфику профессиональной деятельности, позволила бы адекватно оценивать себя и свои навыки и сократить период адаптации на рабочем месте.

4. Разработка и внедрение программ бизнес-образования в системе дополнительного образования ТУСУР как средство реализации концепции «Стартап как ВКР». Успешная реализация этой концепции возможна только при условии сформированных у студентов навыков в области управления, маркетинга, экономики, а это, в свою очередь, возможно при прохождении студентами технических специальностей дополнительных бизнес-курсов или при внедрении в учебные планы технических специальностей таких дисциплин, реализуемых кафедрой менеджмента, как «Технологический маркетинг», «Коммерциализация и продвижение на рынок инновационных продуктов» и др. Содержание и формат реализации указанных дисциплин будут существенно влиять на его эффективность, заинтересованность со стороны студентов и выпускающих кафедр.

Таким образом, основные тенденции развития высшего образования и вызовы современности обуславливают необходимость в объединении усилий, интеграции учебного процесса, науки и бизнеса в единую систему с целью удовлетворения потребностей трансформирующегося рынка труда в высококвалифицированных специалистах, обладающих необходимыми профессиональными и коммуникативными компетенциями, а также гибкими надпрофессиональными навыками.

Заключение

Новые вызовы, с которыми столкнулись университеты, привели к необходимости изменения форматов взаимодействия с предприятиями, в том числе - с применением информационно-телекоммуникационных технологий.

Выполненный анализ практики взаимодействия университета с бизнесом позволил сделать следующие основные выводы:

- новыми форматами взаимодействия кафедры менеджмента с индустриальными партнерами, заслуживающими внимания и имеющими потенциал развития, являются: включение в ряд учебных дисциплин реальных кейсов предприятий; ad-hoc исследования и консультации; экспертные сессии с представителями бизнеса, бизнес-симуляции, мастер-классы, а также другие интерактивные форматы, включая медиакоммуникации с бизнесом как формы взаимодействия с предприятиями в ковидный и постковидный период;

- выявлены следующие недостатки действующей системы сотрудничества кафедры менеджмента с предприятиями: взаимоотношения с бизнесом носят эпизодический, зачастую формальный характер, что не приводит к формированию устойчивых связей кафедра-предприятие, т.к. они строятся на основе личных связей и инициатив сотрудников с обеих сторон; громоздкие требования к документированию процедур оформления процессов взаимодействия, которые снижают актуальность для бизнеса привлечения и использования потенциала вуза;

- развитие практики сетевого взаимодействия кафедры и предприятий, формирование устойчивых горизонтальных связей является реальной перспективой повышения эффективности взаимодействия между университетом и бизнесом;

- при большом количестве курсов повышения квалификации, методик и тренингов для преподавателей в последнее время (в период пандемии) отмечается снижение качества преподавания, а также неготовность определенной доли преподавателей взаимодействовать с бизнесом, проходить стажировки на предприятиях реального сектора экономики;

- в ближайшее время не следует ожидать активизации взаимодействия университета с бизнесом, поскольку сотрудничество сторон осложняется действующими ограничениями, вызванными пандемией коронавируса, финансовыми проблемами бизнеса, особенно малых и средних предприятий, которые в настоящее время являются основными работодателями наших выпускников.

Список использованной литературы

1. Нечаев В. О том, что такое третья миссия университета [Электронный ресурс] – Режим доступа. URL: <https://www.sevsu.ru/novosti/item/10688-ректор-sevgu-vladimir-nechaev-vystupil-s-lektsiej-o-tretej-missii-universiteta> (дата обращения: 30.11.2021).
2. Тихонова К.А, Мониин И.Г., Данилов С.С. Анализ рейтинга глобальной конкурентоспособности России // Экономика и бизнес. – №12-3 (58). – 2019, С. 98-100.
3. Пять вызовов системе образования [Электронный ресурс] – Режим доступа. URL: <https://plus.rbc.ru/news/5acbe3a47a8aa94d61f53913> (дата обращения: 30.11.2021).
4. Барьеры, препятствующие эффективному взаимодействию российских университетов и бизнес-компаний / М. Р. Усманов, М. А. Шушкин, М. Г. Назаров, П. А. Крылов // Университетское управление: практика и анализ. – 2021. – Т. 25. – № 1. – С. 83-93. – DOI 10.15826/umpra.2021.01.006.
5. Родин, Д. В. Кадровый дисбаланс и необходимость развития системы профессионального образования / Д. В. Родин // Russian Economic Bulletin. – 2019. – Т. 2. – № 6. – С. 84-88.
6. Шуклина Е. А., Певная М. В. Предприятия и вузы региона: формы сетевых взаимодействий в оценках экспертов//Университетское управление: практика и анализ. Том 22, № 3, 2018. - С.86-99.[Электронный ресурс] - URL: <https://www.umj.ru/jour/issue/view/16/showТoc> (дата обращения: 25.11.2021)
7. Овчинникова Н.Э. Взаимодействие университета с индустрией 2.0 // Университетское управление: практика и анализ. Том 22, № 3, 2018. - С. 61-72. [Электронный ресурс] - URL: <https://www.umj.ru/jour/article/view/File/170/171> (дата обращения: 26.11.2021)
8. Кларк Б. Р. Создание предпринимательских университетов: организационные направления трансформации. М.: ГУ ВШЭ, 2011. - 240 с.
9. Ad-hoc исследования. Большой толковый словарь маркетинга. [Электронный ресурс]. - URL: https://marketing.academic.ru/2/AD_НОС%2C_%D0%B8%D0%BB%D0%B8_ADНОС (дата обращения: 30.11.2021)
10. Барданов С. Как бизнесу работать с университетами/ [Электронный ресурс] - URL: <https://www.vedomosti.ru/management/blogs/2019/09/04/810493-biznesu-rabotat-universitetami> (дата обращения 12.12.2021)
11. Прудникова Н.П. Экосистема университета: расширение возможностей и потенциала интеграции образования и бизнеса //«Современные тенденции развития непрерывного образования» – Томск: Изд-во Томск. гос. ун-та систем упр. и радиоэлектроники, 2020. С. 263-264. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42737001> (дата обращения: 13.12.2021).

Список публикаций сотрудников кафедры по теме отчета

1. Афонасова М.А. Образование нового поколения: подготовка студентов к вызовам современного мира // «Инновационные технологии в АПК региона: достижения, проблемы, перспективы развития». Сборник научных трудов по материалам Национальной научно-практической конференции 9-11 февраля 2021 г.–Тверь: ФГБОУ ВО Тверская ГСХА, 2021-с.486-488. URL: <http://inpodolsk.ru/novosti/aktualno/konferenciya-innovacionnye-tehnologii-v-apk-regiona-dostizheniya-problemy-perspektivy-razvitiya>
2. Афонасова М.А. Актуализация проблемы повышения качества подготовки студентов магистратуры в электронной образовательной среде // Дистанционное обучение в высшем образовании: опыт, проблемы и перспективы развития: материалы XIV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, 20 апреля 2021 г. - СПб: Изд-во СПбГУП, 2021. С. 19-21. URL: <http://is.nkzu.kz/publishings/%7BF321E373-0755-4FE8-8630-350A23041726%7D.pdf>
3. Архипова Т.В. Особенности преподавания и взаимодействия с обучающимися в условиях пандемии COVID-19 // Современное образование: повышение конкурентоспособности университетов. В 2 ч. Ч. 1 : материалы междунар. науч.-метод. конф., 28–29 января 2021 г. – Томск : Изд-во Томск. гос. ун-та систем упр. и радиоэлектроники, 2021. – Ч. 2. – С. 26-30. URL: https://storage.tusur.ru/files/141894/conference-2021_2.pdf
4. Санникова Т.Д. Проблемы студентов и преподавателей ТУСУРа в условиях дистанционного обучения// Современное образование: повышение конкурентоспособности университетов. В 2 ч. Ч. 1 : материалы междунар. науч.-метод. конф., 28–29 января 2021 г. – Томск : Изд-во Томск. гос. ун-та систем упр. и радиоэлектроники, 2021. – Ч. 2. – С. 149-153. URL: https://storage.tusur.ru/files/141894/conference-2021_2.pdf
5. Прудникова Н.П. Экосистема университета: расширение возможностей и потенциала интеграции образования и бизнеса // Современное образование: повышение конкурентоспособности университетов. В 2 ч. Ч. 1: материалы междунар. науч.-метод. конф., 28–29 января 2021 г. – Томск: Изд-во Томск. гос. ун-та систем упр. и радиоэлектроники, 2021. – Ч. 2. – С. 263-264. URL: https://storage.tusur.ru/files/141894/conference-2021_2.pdf
6. Matyugina E.G., Yarushkina N.A., Kosyreva M.A. STUDENTS INNOVATIVE ACTIVITY IN THE CONTEXT OF INNOVATIVE ACTIVITY OF AN EDUCATIONAL INSTITUTION // Экономика и предпринимательство, № 3 (128), 2021. - С. 1151-1154. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=45688263>

СПРАВКА

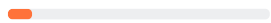

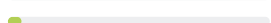
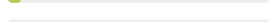
о результатах проверки текстового документа
на наличие заимствований

Томский государственный университет
систем управления и радиоэлектроники

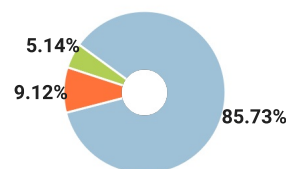
ПРОВЕРКА ВЫПОЛНЕНА В СИСТЕМЕ АНТИПЛАГИАТ.ВУЗ

Автор работы: Афонасова Маргарита Алексеевна
Самоцитирование
рассчитано для:
Название работы: Текст отчета_2 (Автосохраненный)
Тип работы: Не указано
Подразделение: Кафедра Менеджмента

РЕЗУЛЬТАТЫ

ЗАИМСТВОВАНИЯ		9.12%
ОРИГИНАЛЬНОСТЬ		85.73%
ЦИТИРОВАНИЯ		5.14%
САМОЦИТИРОВАНИЯ		0%

ДАТА ПОСЛЕДНЕЙ ПРОВЕРКИ: 15.12.2021



Модули поиска: ИПС Адилет; Библиография; Сводная коллекция ЭБС; Интернет Плюс; Сводная коллекция РГБ; Цитирование; Переводные заимствования (RuEn); Переводные заимствования по eLIBRARY.RU (EnRu); Переводные заимствования по Интернету (EnRu); Переводные заимствования издательства Wiley (RuEn); eLIBRARY.RU; СПС ГАРАНТ; Медицина; Диссертации НББ; Перефразирования по eLIBRARY.RU; Перефразирования по Интернету; Патенты СССР, РФ, СНГ; СМИ России и СНГ; Шаблонные фразы; Модуль поиска "ТУСУР"; Кольцо вузов; Издательство Wiley; Переводные заимствования

Работу проверил: Афонасова Маргарита Алексеевна

ФИО проверяющего

Дата подписи:

Подпись проверяющего



Чтобы убедиться
в подлинности справки, используйте QR-код,
который содержит ссылку на отчет.

Ответ на вопрос, является ли обнаруженное заимствование
корректным, система оставляет на усмотрение проверяющего.
Предоставленная информация не подлежит использованию
в коммерческих целях.