

5. Бухаров, М. Н. Использование моделирования робототехнических систем в обучении студентов вуза [Текст]/ М. Н. Бухаров // Сборник трудов по материалам II Международной научно-практической Интернет-конференции 19 декабря 2014 г.: Королев МО: Изд-во «Алькор Паблишерс», ФТА, 2015. – 456 с. ISBN 978-5-906099-85-3. – С.48-53.

6. Бухаров, М. Н., Мавлютов, Д.Р. Моделирование работы робота-официанта [Текст]/ М. Н. Бухаров, Д.Р. Мавлютов// Журнал «Информационно-технологический вестник», № 02(04), 2015, С. 72-99.

МЕТОДЫ СЕТЕВОГО СОТРУДНИЧЕСТВА СТЕЙКХОЛДЕРОВ В НАУКЕ И ОБРАЗОВАНИИ

Вайлунова Ю.Г., Яшева Г.А.

Витебский государственный технологический университет, г. Витебск, Беларусь

В статье раскрыта сущность сетевого сотрудничества. Обоснована роль сетевого сотрудничества в деятельности высшего учебного заведения как механизма повышения его конкурентоспособности. Идентифицированы субъекты для формирования и реализации сетевого сотрудничества. Рассмотрены этапы формирования сетевого сотрудничества стейкхолдеров. Предложены методы сетевого сотрудничества стейкхолдеров в ключевых факторах конкурентоспособности – в науке и образовании.

Ключевые слова: сетевое сотрудничество, стейкхолдеры, образование.

METHODS OF NETWORK COOPERATION OF STAKEHOLDERS IN SCIENCE AND EDUCATION

Vailunova Y.G., Yasheva G.A.

Vitebsk state technological university, Vitebsk, Belarus

The nature of network cooperation are disclosed in the article. The role of network cooperation in the activities of higher education institutions as a mechanism for improving its competitiveness is justified. The actors in the formation and implementation of network cooperation are identified. Stages of formation of network cooperation of stakeholders are considered. Methods of network cooperation of stakeholders in key factors of competitiveness – in science and education are offered.

Keywords: networking, stakeholders, education.

Введение

Для устойчивого развития и повышения конкурентоспособности субъектов хозяйствования в условиях глобализации значимую роль играют партнерские отношения и сетевое сотрудничество.

Проведенное теоретическое исследование позволило сделать вывод, что разными учеными изучались отдельные области сетезации:

– сущность сетевой структуры (Зибер П. [6, с. 92], Дементьев В. Е., Рюэгг-Штюрм Й., Ахтенхаген Л. [5, 13], Райсс М. [12, с. 92], Р. Хаггинс [15, с. 112], Ф. Вебстер [17, с. 31] и другие;

– типы сетевых межфирменных структур (Р. Майлз и Ч. Сноу [16, с. 53–72], Р. Патюрель [11, с. 76–81], М. Кастельс и Де Ман [8, с. 182-183], К. Мёллер и А. Раджала [9, с. 113–140], Е. П. Карлина [7, с. 48–51], О. Ю. Мичурина [10, с. 89–94] и другие.

Важным направлением при повышении конкурентоспособности образовательных учреждений является разработка и внедрение методов формирования сетевого

сотрудничества между стейкхолдерами (заинтересованными сторонами) в ключевых факторах – наука и инновации, образование, маркетинг.

Целью статьи является обоснование методов сетевого сотрудничества стейкхолдеров в образовании и науке.

Исходя из цели сформулированы следующие задачи:

1. рассмотреть теоретические основы сетевого сотрудничества;
2. рассмотреть этапы формирования сетевого сотрудничества между вузами, вузами и предприятиями, вузами и иными стейкхолдерами;
3. разработать методы сетевого сотрудничества стейкхолдеров в науке и образовании.

Теоретические основы сетевого сотрудничества

Сетевое сотрудничество – это процесс установления длительных формальных и неформальных отношений между субъектами сети, объединенными в технологической цепи вертикальными и горизонтальными связями, основанных на доверии и общих для сети (делового сообщества) целях, нормах, традициях, правилах, обычаях.

Сетевое сотрудничество отличается от отношений производственной кооперации тем, что оно включает не только вертикальные связи (поставщик – покупатель), но и горизонтальные, т.е. сотрудничество с конкурентами (концепция cooperation) в области общих интересов (технического развития поставщиков, инвестиционной деятельности, образования, маркетинговых исследований и сбыта, защиты от внешних конкурентов и др.) и сотрудничество с учреждениями бизнес-услуг (образование, маркетинг, научные исследования) [2, с. 55; 3].

Принципами сетевого сотрудничества являются:

- добровольность вступления в деловое сообщество;
- партнерские отношения (взаимный интерес);
- равноправие членов (в т.ч. на получение благ от делового сообщества);
- консолидация общих и индивидуальных целей;
- доверие между партнерами.

Сетевой подход реализует концепцию взаимодействия (маркетинга партнерских отношений), которая опирается на ряд таких признаков, как:

- сходство целевых ориентиров реально функционирующих бизнес-субъектов;
- необходимость использования мер государственной поддержки;
- необходимость привлечения инвестиций в условиях развивающихся рынков;
- необходимость активизации инновационных возможностей;
- развитие информационно-коммуникационных технологий;
- стремление к получению синергического эффекта;
- развитие изучения и конструктивного использования опыта, накопленного лидерами бизнес-сферы;
- развитие идеологии и партнерства [1, с. 101–102].

Субъектами вуза для развития сетевого сотрудничества являются следующие группы стейкхолдеров:

- *клиенты* высшего учебного заведения, которые включают предприятия, организации, фирмы, компании, частные предприниматели, которые могут обращаться в вуз за выполнением какого-либо исследования или же отправлять сотрудников на курсы повышения квалификации или переподготовки кадров; юридические лица, которые интересны для вуза в части формирования их спроса на образовательные услуги и получения на этой основе дополнительных доходов; абитуриенты, желающие в будущем обучаться;
- *высшие учебные заведения – конкуренты* (реализация концепции со-конкуренции);
- *сотрудники, персонал, преподаватели вуза*, работа которых будет направлена на развитие долгосрочных отношений с клиентами вуза, установление и развитие отношений с потенциальными клиентами; работу с базой данных клиентов; отбор клиентов; проведение маркетинговых исследований; разработка положения по стимулированию труда преподавателей и сотрудников.

Конкурентоспособность вуза определяется его конкурентными преимуществами по отношению к другим вузам данного профиля. При этом конкурентные преимущества вуза могут быть обусловлены его активностью в области ведения сетевой работы и внедрения методов сетевого сотрудничества.

Этапы формирования сетевого сотрудничества в науке и образовании

Формирование и реализация сетевого сотрудничества между стейкхолдерами в науке и образовании включает реализацию следующих этапов:

1. определение направлений сотрудничества между вузами и стейкхолдерами (в ключевых факторах – образование, наука, инновации, маркетинг);
2. определение цели и задач развития сетевого сотрудничества между стейкхолдерами;
3. выбор вузом партнера для решения поставленной цели;
4. определение ресурсов необходимых для решения поставленных цели и задач;
5. построение сетевой программы – определение этапов сетевого проекта и составление графика их реализации;
6. формирование рабочей группы по реализации направлений сетевого сотрудничества;
7. оценка эффективности проекта и результатов сетевой работы;
8. определение совместных перспективных проектов между стейкхолдерами.

Методы сетевого сотрудничества стейкхолдеров в науке и образовании

Вузы Республики Беларусь обладают интеллектуальным, инновационным потенциалом, который может и должен полностью использоваться для поступательного развития национальной экономики и повышения ее конкурентоспособности на мировом рынке.

Поэтому для формирования конкурентных преимуществ в образовании предлагаются следующие методы сотрудничества стейкхолдеров.

1) Создание представительств предприятий в вузах через:

- создание совместных кафедр;
- создание совместных научно-исследовательских лабораторий, в состав которых должны входить заведующий, сотрудники кафедры, студенты, работники предприятий.

Задачи совместной научно-исследовательской лаборатории (НИЛ): повышение качества подготовки специалистов и научно-педагогических кадров; рост квалификации профессорско-преподавательского состава университета и повышение квалификации научных работников университета; укрепление и развитие научно-интеллектуального потенциала университета; выполнение программ инновационного развития и хоздоговорных научных разработок; укрепление научных контактов в области текстильного производства между сотрудниками университета и научно-исследовательскими организациями.

2) Следующим методом сетевого сотрудничества в сфере образования предлагается создание корпоративного учебного центра на предприятиях с поддержкой вузов.

Корпоративный учебный центр – это форма обучения персонала, при которой оно ведется «в стенах» самой организации и, в основном, ее собственными силами. Отличия от академической формы обучения в университете:

- практическая, целевая направленность;
- основная форма обучения – электронная (в т.ч. дистанционная);
- использование в качестве преподавателей (бизнес-тренеров) своего персонала.

Корпоративный учебный центр является основным инструментом реализации стратегии обучения и развития персонала в компании. Этот инструмент нацелен на обеспечение потребности компании в квалифицированных кадрах в долгосрочной перспективе.

Цели корпоративного учебного центра:

- упреждающее предоставление персоналу компании знаний и формирование навыков, необходимых для эффективной работы в тактической и стратегической перспективе;

- стандартизация учебных материалов в соответствии с требованиями бизнес-процесса компании;
- формирование у персонала компании общих принципов ведения бизнеса и единой корпоративной культуры в условиях разобщенности подразделений компании.

Этапы создания корпоративного учебного центра:

- аудит системы обучения персонала;
- создание концепции Корпоративного обучения и развития персонала;
- разработка пакета исследований по формированию профилей компетенций ключевых позиций и должностей;
- реализация учебно-методической части;
- оформление подрядов и внедрение аутсорсинга;
- внедрение.

3) Методом сетевого сотрудничества в сфере образования является *создание образовательного кластера в регионах* для повышения конкурентоспособности вузов и стейкхолдеров в него входящих.

Таким образом, сетевая работа и сотрудничество предприятий с образовательными учреждениями (вузами) будет включать следующие направления:

- совместная разработка учебных планов и программ подготовки;
- разработка учебных программ по согласованию с руководством предприятия;
- совместная организация курсов по переподготовке и повышению квалификации менеджеров по вопросам законодательства, проектного управления, менеджмента, маркетинга, конкурентоспособности.

Вывод

Сетевое сотрудничество выступает одним из механизмов повышения конкурентоспособности высших учебных заведений. Реализуя программы по сетевому сотрудничеству, маркетингу взаимодействия вузы смогут увеличить лояльность клиентов, как реальных, так и потенциальных. Сетевое сотрудничество и партнерство следует развивать как на уровне формальных, так и неформальных взаимоотношений. Сетевая работа, партнерство способствует повышению конкурентоспособности вузов, а значит и всей экономики страны. Реализация совместных проектов позволит повысить профессиональную ориентацию образования, учесть потребности предприятий в содержании и формах получения знаний.

Список использованных источников:

1. Асаул, А. Н. Предпринимательские сети в строительстве / А. Н. Асаул, Е. Г. Скуматов, Г. Е. Локтева. – СПб.: Гуманистика, 2005. – 256 с.
2. Вайлунова, Ю. Г. Сетевые структуры и их роль в повышении конкурентоспособности предприятий / Ю. Г. Вайлунова // Экономика и банки. — 2014. — № 2. — С. 53–60.
3. Вайлунова, Ю.Г. Развитие межорганизационных связей как инструмента повышения конкурентоспособности бизнес-субъектов / Ю.Г. Вайлунова // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. — №3 (43). Номер статьи: 4302. — Дата публикации: 15.07.2015. — Режим доступа: <http://eee-region.ru/article/4302/>.
4. Вайлунова, Ю.Г. Маркетинг образовательных услуг: монография (п. 2.4 Маркетинг партнерских отношений на рынке образовательных услуг) / под общ. ред. д-ра экон. наук, профессора О. В. Прокопенко. — Ruda Śląska : «Drukarnia i Studio Graficzne Omnidium», 2016. — 168 с. — С. 99–107.
5. Дементьев, В. Е. Интеграция предприятий и экономическое развитие / В. Е. Дементьев. – Препринт # WP/98/038 - М.: ЦЭМИ РАН, 1998. – 114 с.
6. Зибер, П. Управление сетью как ключевая компетенция предприятия / П. Зибер // Проблемы теории и практики управления, 2000, №3. – С.92 – 96.

7. Карлина, Е. П. Объединяясь в сети: две модели сетевой организации бизнес-процессов / Е. П. Карлина // Российское предпринимательство. – 2004. – № 1. – С. 48 – 51.
8. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
9. Мёллер, К., Райала, А. Рост стратегических сетей – новые модели создания ценности / К. Мёллер, А. Райала // Российский журнал менеджмента. 2003. Т. 6, – № 4. – С. 113–140.
10. Мичурина, О. Ю. К вопросу о классификации сетевых организаций / О. Ю. Мичурина // Научно-технические ведомости СПбГПУ. – 2010. – № 2. – С. 89–94.
11. Патюрель, Р. Создание сетевых организационных структур / Р. Патюрель // Проблемы теории и практики управления. – 1997. – № 3. – С. 76–81.
12. Райсс, М. Границы «безграничных» предприятий: перспективы сетевых организаций / М. Райсс // Проблемы теории и практики управления. – 1997. – № 1. – С. 92–97.
13. Рюэгг-Штюрм, Й., Ахтенхаген, Л. Сетевые организационно-управленческие формы - мода или необходимость? / Й. Рюэгг-Штюрм, Л. Ахтенхаген // Проблемы теории и практики управления. – 2000. – № 6. – С. 53 – 57.
14. Яшева, Г.А. Кластерная концепция повышения конкурентоспособности предприятий в контексте сетевого сотрудничества и государственно-частного партнерства: монография / Г.А. Яшева. – Витебск : УО «ВГТУ», 2010. – 373 с.
15. Haggins, R. The success and failure of policy-implemented inter-firm network initiatives: motivations, processes and structure / R. Haggins // Entrepreneurship and Regional Development. – 2000. – № 12. – P. 111-135.
16. Miles, R. E., Snow, C. C. Causes of failure in network organizations / R. E. Miles, C. C. Snow // California Management Review. – 1992. – Vol. 34 (4). – P. 53 – 72.
17. Webser, J. Networks of Collaboration or Conflict? Electronic Data Interchange and Power in the Supply Chain / J. Webser // The Journal of Strategic Information Systems. – 1995. – Vol. 4. – № 1. – P. 31 – 42.

ОБУЧЕНИЕ АНГЛИЙСКОЙ ИНТОНАЦИИ С УЧЕТОМ ОСОБЕННОСТЕЙ ЕЕ РИТМА И РАССТАНОВКИ ЛОГИЧЕСКИХ УДАРЕНИЙ

Воеводина И.В., Виниченко Н.В.

Технологический университет, г. Королев, Россия

В статье авторы касаются проблем, с которыми сталкиваются как студенты, так и преподаватели в процессе обучения английской интонации с учетом ее ритма и расстановки логических ударений. Определяется последовательность работы по овладению технической и смысловой стороной интонации, описываются оптимальные условия обучения интонации. Авторы отмечают важность выполнения упражнений по развитию навыков восприятия и воспроизведения ритма речи на слух. Отмечается, что эти упражнения следует выполнять не только в аудитории, но и самостоятельно дома. Также рассматривается роль логического ударения в процессе обучения интонации.

Ключевые слова: интонация, ритм, логическое ударение, произношение, устная речь.