

**И. Б. Захарова,
В. В. Краснощеков**
(Санкт-Петербург)

РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ МЕХАНИЗМОВ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ СТУДЕНЧЕСКОГО ПРОЕКТА «НАШИ УНИВЕРСИТЕТЫ»

В статье рассматриваются новые механизмы повышения качества высшего образования, обусловленные развитием интернационализации вузов. Особые возможности для внедрения этих механизмов дают программы стратегического партнерства университетов. Эффективность новых механизмов показана на примере участия студентов в международном проекте «Наши университеты».

Согласно общепризнанному в настоящее время определению М. Сьедерквист, интернационализация университета – это процесс превращения национального вуза в интернациональный, который ведет к включению международного аспекта во все компоненты комплексного управления вузом с целью повышения качества преподавания и исследований и достижения требуемых компетенций [1, с. 29]. Таким образом, интернационализация вузов способствует повышению качества подготовки в вузе, а значит, и конкурентоспособности вузов.

В статье Декларации ЮНЕСКО от 9 октября 1998 г., посвященной качеству высшего образования, отмечено, что качество требует наличия у высшего образования международного измерения: «обмен знаниями, создание интерактивных сетей, мобильность преподавателей и учащихся, международные научно-исследовательские проекты, наряду с учетом национальных культурных ценностей и условий» [2, с. 12]. В настоящее время международные проекты трактуются как поля для обмена идеями.

Международная проектная деятельность способствует формированию общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций студентов, прежде всего, межкультурных. Межкультурные компетенции являются ключевыми компонентами интернационализации студенчества, а значит, и повышения качества выпускников [3].

Санкт-Петербургский государственный политехнический университет (СПбПУ) стал победителем первого этапа Проекта по повышению конкурентоспособности ведущих ву-

зов [4]. В течение ряда лет СПбПУ оказывает и будет оказана бюджетная поддержка с целью продвижения на высокие места в мировых образовательных рейтингах, например, рейтинге QS.

Развитие системы стратегического партнерства ведущих университетов мира является одной из задач Проекта по повышению конкурентоспособности. Программы стратегического партнерства между университетами стали одной из инновационных форм межвузовского сотрудничества [5]. Система стратегического партнерства функционирует на основе долгосрочных программ сотрудничества в образовательной, научной и других областях, обозначенных в договорах о стратегическом партнерстве. Стратегическое партнерство в отличие от более простых и локальных форм сотрудничества «включает развитие проектной культуры, разделяемой партнерами, процесс поиска новых альтернативных решений задач стратегического развития, содержит контрактные обязательства и систему улучшения качества научно-образовательных услуг» [6]. Стратегическое партнерство осуществляется на всех уровнях функционирования вуза – кафедральном, институтском, общеуниверситетском. В процесс развития партнерства вовлечены студенты, аспиранты, преподаватели, исследователи, сотрудники и руководство.

Большинство программ стратегического партнерства СПбПУ реализуется с вузами Германии. Самый первый договор о стратегическом партнерстве был заключен СПбПУ с Ганноверским университетом им. Лейбница (LUN) [7, 8]. Он ознаменовал более чем три-

дцатилетнее сотрудничество в области образования и науки СПбПУ и LUN – одного из лучших вузов Германии, прочно занимающего позиции в числе 500 лучших университетов мира по версии рейтинга QS. Сотрудничество университетов осуществляется в рамках совместного проекта при финансировании Немецкого общества академических обменов (ДААД) в рамках программы «Стратегическое партнерство и тематические сети 2012–2016».

По рабочим программам стратегического партнерства между подразделениями LUN и СПбПУ начата работа совместными студенческими проектами: «Russia today / Germany today» [9], «Наши университеты», «Школа Фаблаб».

Студенческий проект «Наши университеты» стал совместным проектом международного отдела LUN и кафедры Управления международным сотрудничеством Института международных образовательных программ СПбПУ Петра Великого. Цель проекта – развитие коммуникативных и межкультурных компетенций студентов, сравнение профессиональных компетенций студентов вузов-партнеров, а также формирование их корпоративных университетских ценностей. Задачи проекта – создать рекламные продукты, информирующие студентов вузов-партнеров об образовательных возможностях своих университетов и о программе стратегического партнерства.

Рассмотрим различные аспекты проекта с точки зрения теории управления проектами [10].

Субъекты (участники) проекта. С российской стороны участниками проекта были студенты первого курса дневной формы обучения, поступившие на обучение по направлению подготовки бакалавров «Реклама и связи с общественностью». Выбор первокурсников не был случайным. Во-первых, проект задуман как лонгитюдное исследование, преследующее цель сравнительного анализа развития профессиональных компетенций у студентов. Сначала в проекте участвуют первокурсники, а потом он будет повторен, когда первокурсники перейдут на последний год бакалавриата. Во-вторых, привлечение новичков к участию в международном проекте с элементами академической мобильности позволяет быстро включить их в информационную среду университета. В-третьих, перво-

курсники получают пример возможностей университета в сфере академической мобильности, что способствует формированию корпоративных ценностей академической среды. С немецкой стороны участниками проекта стали студенты языкового центра, изучающие русский язык и культуру, а также студенты, ориентированные на ведение бизнеса в странах Восточной Европы.

Объекты проектной деятельности. Объектом проектной деятельности является информационно-рекламный материал. Он мог быть выполнен в форме оригинал-макета буклета, флаера, плаката и другой печатной продукции, а также в форме видеоролика, мультфильма и т.п. Обязательным условием было выполнение информационно-рекламного материала одновременно на двух или трех языках (русском, английском, немецком). Для видеоматериалов применялись субтитры.

Этапы и сроки проведения проекта. Проект был разбит на два этапа. Первый этап проходил в СПбПУ с 10 сентября по 8 ноября 2014 года. Второй этап – с 30 ноября по 7 декабря 2014 года в LUN.

Финансирование проекта. Проведение первого этапа, а также частичное финансирование поездки в LUN победителей первого этапа производит СПбПУ по программе «5-100-2020» [4]. Организацию и проведение международного студенческого семинара и оплату проживания студентов в Германии берет на себя LUN и ДААД.

Реализация проекта. Проект стал частью изучаемой первокурсниками направления «Реклама и связи с общественностью» дисциплины «Теория коммуникации». Готовый информационно-рекламный материал мог быть засчитан в качестве курсовой работы. Возможность писать курсовую работу или участвовать в проекте «Наши университеты» первокурсники выбирали самостоятельно и добровольно. Все первокурсники знали о том, что победители проекта (10 человек) получают возможность поехать на недельную стажировку в LUN. Участникам проекта предложили для работы несколько направлений: обучение в вузах – стратегических партнерах; летняя школа; студенческая академическая мобильность; программы двойных дипломов; сравнительный анализ сайтов университетов.

Студентам дали возможность самостоятельно выбирать тему для разработки, объединяться в группы (количество участников в группе не ограничивалось), либо работать индивидуально. Для студентов были организованы информационно-консультационные семинары с участием представителей международных служб и профильных специалистов в области рекламного дела. Они выступили с презентациями и рассказами о проекте стратегического партнерства университетов, его развитии и значении для университетов; о возможностях студенческой академической мобильности; о работе летних школ и программах двойных дипломов. Кроме того, каждый студент/группа имели возможность раз в неделю получить консультацию по своему проекту. Специалисты отдела маркетинга и рекламы объясняли первокурсникам современное видение и задачи информационной, маркетинговой и рекламной политики вуза. Профильные специалисты провели дополнительные занятия, посвященные формированию профессиональных умений и знаний: фото и видеосъемка, монтаж, возможности современной фото и видео аппаратуры; начала композиции, особенности психологии цвета и цветовой перцепции. Также были даны рекомендации по изготовлению оригинал-макета и др. Таким образом, в процессе реализации проекта студенты получили возможности для формирования общепрофессиональных компетенций, в том числе проектных, предусмотренных ФГОС по направлению «Реклама и связи с общественностью».

В международном проекте «Наши университеты» приняли участие более 100 студентов, подготовившие на отборочный конкурс 48 проектов. Оценка уровня сформированности общепрофессиональных компетенций в области рекламы была осуществлена 8 ноября 2014 года в форме конкурса представленных студенческих материалов. Для официального отбора лучших информационно-рекламных материалов была сформирована комиссия, которая провела анализ представленных материалов. Комиссия работала только с информационно-рекламными материалами, авторство работ не оглашалось, чтобы избежать субъективности в оценках. Через два дня комиссия отобрала 10 лучших работ и объявила имена победителей проекта.

В международный офис LUN были отправлены работы победителей проекта. Немецкие

коллеги прислали рабочий вариант программы стажировки, которая была скорректирована российской стороной.

В программу стажировки вошли: тренинг по развитию межкультурных и коммуникативных компетенций, проведенный международным бизнес-тренером; лекции по истории LUN и действующим образовательным программам; знакомство с образовательными программами и работой различных подразделений вуза – международного офиса, отдела маркетинга и рекламы, центра продаж сувенирной продукции, языкового центра и др. Отдельное место в программе стажировки заняли мастер-классы по стилистике немецкого и английского языков, созданию видеоролика, фотоальбома и особенностям работы в видеоблоге «Russia Today / Germany Today» [9].

Программой рабочего семинара были предусмотрены встречи с немецкими и иностранными студентами, обучающимися в LUN. На встречах обсуждались как видеоролики, выполненные для конкурса «Наши университеты», так и видео из видеоблога «Russia Today / Germany Today», снятые немецкими и российскими студентами – участниками летних школ в Санкт-Петербурге и Ганновере на актуальные для студенчества темы. Отдельное время было выделено для проведения видео и фотосъемок в LUN, исторических и культурных местах Ганновера.

Особый интерес у российских студентов вызвали неформальные встречи, регулярно организуемые интернациональным офисом LUN для всех студентов. Каждый вечер проходили различные мероприятия, среди которых наибольший интерес вызвали игра-квест по вечернему Ганноверу, вечер поэзии, на котором любой желающий читал стихи на разных языках, мастер-классы по интернациональной кухне и традициям встречи Нового Года в разных странах. Таким образом, краткосрочная программа была основана на сочетании учебных и внеучебных активностей, которое, как было установлено, в наибольшей степени способствует развитию межкультурных компетенций студентов [11, с. 162–166].

После возвращения участники проекта подготовили отчеты, где были отражены детали стажировки и высказаны пожелания и предложения, подготовили необходимые материалы о проекте для отделов, занимающихся информационной политикой вуза. Уча-

стникам стажировки была предоставлена неделя для окончательной доработки своих информационно-рекламных материалов с учетом полученных замечаний от специалистов двух вузов. После завершения работы студенты сдали свои материалы в отдел рекламы и маркетинга СПбПУ и интернациональный офис LUN, распространили их в социальных сетях и представили с комментариями в видеоблоге «Russia Today / Germany Today».

Результаты проекта. Поскольку проект проводился впервые, он не был лишен недостатков, среди которых необходимо отметить следующие:

1. Недостаточные языковые компетенции студентов (английский и русский языки). Навыки устной речи развиты лучше, чем письменные. И российские и немецкие эксперты выявили большое количество грамматических и стилистических ошибок в информационно-рекламных материалах.

2. Недостаточный уровень развития профессионально важных качеств личности. Отсутствие инициативности, желания брать ответственность на себя неумение самостоятельно выстраивать деловые коммуникации.

3. Низкий уровень сформированности проектных компетенций. Произошел распад первоначальных проектных групп. В результате лучшими стали проекты, выполненные одним или двумя студентами. Большинство «больших» проектов либо не было доведено до конца, либо было выполнено некачественно.

4. Недостаточное развитие общепрофессиональных компетенций в области рекламы. Отсутствие опыта работы с большим объемом информации, неумение анализировать материал, некритичность мышления. Недостаточность навыков публичных выступлений, презентации и самопрезентации выявилась при представлении своих материалов в СПбПУ и LUN. Несамостоятельность мышления, неуверенность в своих творческих возможностях, низкая правовая культура. Часть выполненных работ представляла собой либо прямой плагиат имеющейся печатной продукции вузов, либо была незначительно переделана.

Такие недостатки были вполне предсказуемы. Их осознание, во-первых, показало студентам, что они только начинают свой путь в области рекламы, необходим совместный труд студентов и преподавателей по

формированию соответствующих компетенций и профессионально важных качеств личности. Во-вторых, преподаватели получили богатый материал по корректировке своих курсов с целью наиболее полного достижения педагогических целей.

Наряду с выявленными недостатками, можно говорить о несомненных достоинствах проекта и его победителей.

1. Проект позволил быстро включить первокурсников в активную студенческую жизнь, показал возможности университета и перспективы личностного развития через участие в международных программах и проектах.

2. Участие в проекте способствовало выстраиванию и развитию новых или дополнительных внешних и внутренних организационных связей: между кафедрой СПбПУ и интернациональным офисом LUN; между студенческими группами и отделами маркетинга и рекламы и т.д. К работе над проектом участники привлекли студентов других институтов СПбПУ, других вузов города, а также иностранных студентов. Широкое коммуникационное поле дало синергетический эффект и способствовало развитию такого уровня коммуникативных и межкультурных компетенций, которого невозможно было бы достичь при традиционной форме организации учебного процесса.

3. Выполнение информационно-рекламных материалов на нескольких языках повысило сложность работы, стимулировало студентов и преподавателей к сотрудничеству, способствовало развитию языковых компетенций студентов.

4. Участие в проекте способствовало формированию профессиональных компетенций. Российские студенты-участники получили представление о будущей сфере профессиональной деятельности. Проект показал мотивацию студентов к профессиональному становлению. Результатом проекта стала информационно-рекламная продукция, которая может быть использована в деятельности отделов маркетинга двух вузов.

5. Проект способствовал развитию и общекультурных компетенций и личности студентов, их творческих способностей, дал им возможность поверить в свои силы и таланты.

6. Проект способствовал формированию позитивных ценностных ориентаций россий-

ских студентов, научил их быть открытыми миру и толерантными, оставаясь при этом патриотами своего вуза и своей страны. Собранный усилиями российских и немецких студентов фотоальбом, посвященный нашим вузам, студенчеству, культурно-историческим связям Санкт-Петербурга и Ганновера, внес свой вклад в международное образовательное сотрудничество.

7. Созданные студентами материалы, их личное общение в Германии помогает СПбПУ

стать более привлекательным для молодежи Европы, и, следовательно, более конкурентоспособным.

Таким образом, совместная проектная международная деятельность и рождаемая в ней проектная культура способствуют повышению качества высшего образования, развитию интернационализации вуза и улучшению его имиджа, что приводит к повышению конкурентоспособности университета в глобальном образовательном пространстве.

Л и т е р а т у р а

1. Soderqvist M. (2007). *Internationalization and its Management at Higher-Education Institutions. Applying conceptual, content and discourse analysis*. Helsinki: Helsinki School of Economics Print, 2007. 271 pp.

2. Всемирная декларация для высшего образования в XXI веке: подходы и практические меры. Париж, ЮНЕСКО, 9 октября 1998 г. – 24 с. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.sde.ru/files/t/pdf/5.pdf#page=7> (дата обращения 12.07.2015)/

3. Краснощеков В. В. Интернационализация вуза как фактор повышения качества выпускника // *Фундаментальные исследования*. – 2014. – № 6-5. – С. 1045–1048.

4. 5top100. Проект по повышению конкурентоспособности ведущих университетов Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.5top100.ru> (дата обращения 12.07.2015).

5. Арсеньев Д. Г., Шкодырев В. П. Стратегия академического партнерства в реализации совместных образовательных программ технических университетов // *Международное сотрудничество в образовании и науке : материалы Междунар. конф.* – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2006. – С. 210–212.

6. Певзнер М. Н., Шурин А. Г. Международная деятельность вуза как средство интернационализации вузовской науки // *Успехи современного естествознания*. – 2007. – № 12 – С. 63–65.

7. Arseniev, D., Bogdanova, N., Sokolova, N. and oth. (2014). Strategic Partnership in International Cooperation in Higher Education. In: *Results of Joint Research Activity of Scientists from Saint-Petersburg State Polytechnical University and Leibniz University of Hannover*. Saint-Petersburg: Polytechnical University Publishing House. (pp. 14–25).

8. Соколова Н. В., Богданова Н. В. Стратегическое партнерство в действии // *Санкт-Петербургский вестник высшей школы*. – 24 декабря 2014 г.

9. Краснощеков В. В., Баранова И. И., Швинхорст К. Международный студенческий проект «Russia today / Germany today» // *Aktuální vymoženosti vědy – 2014. Materiály X mezinárodní vědecko-praktická conference*. Praha, 27.06.2014–30.06.2014. Díl 8. Pedagogika. Praha: Publishing House “Education and Science” s.r.o., 2014. – P. 3–6.

10. Бэзьюли Ф. Управление проектом. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004. – 208 с.

11. Краснощеков В. В. Менеджмент качества международных краткосрочных образовательных программ. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2012. – 408 с.