

# ЭКСПЕРТ

22–28 ИЮНЯ 2020 № 26 (1167)

ISSN 1812-1896



20026



9 771812 189009

WWW.EXPERT.RU

ПОДПИСНЫЕ ИНДЕКСЫ: 16640, 72550, 80367, 39292

# 30%

ЗАРАБОТАЛИ  
В СРЕДНЕМ  
ЧАСТНЫЕ ИНВЕСТОРЫ  
НА  
МОСБИРЖЕ  
В  
ПРОШЛОМ  
ГОДУ

**повтор не гарантирован**

стр. **42**

Промышленная политика кабинета Мишустина стр. **11**

Империя ВТБ в девелопменте стр. **24**

Карта интернационализации бизнес-школ стр. **61**

## Дмитрий Толмачев, Татьяна Лопатина, Полина Юровских, Анастасия Кандалинцева От виртуальных курсов — к нетворкингу

Вынужденный переход бизнес-образования в онлайн-формат дает шанс новым игрокам рынка, развивавшим это направление в докризисное время. Таких немного, как в мире, так и в России

# В

рамках исследования интернационализации бизнес-школ мы ежегодно оцениваем уровень продвижения России на глобальный рынок бизнес-образования.

Последний до пандемии коронавируса рос высокими темпами: с 2010 года число иностранных студентов в мире выросло более чем вдвое, превысив 5,3 млн человек. Доля России на этом рынке — 4,7% (шестое место в мире), что, конечно, существенно меньше лидеров (США — 18,6%, Великобритания — 8,2%, Австралия — 7,2%). Достоверной статистики по рынку управленческого образования нет, ясно лишь, что доля РФ на нем еще ниже (в силу доминирования в мировом бизнес-образовании американских и европейских бизнес-школ).

Пандемия прервала тренд на рост международной студенческой мобильности и поставила игроков, претендующих на глобальный рынок образования, перед несколькими серьезными вызовами. Первый из этих вызовов — готовность предоставить студентам качественные онлайн-продукты. Далеко не все бизнес-школы, даже ведущие, хорошо работающие с иностранной аудиторией в офлайне, оказались способны перейти в виртуальный формат без потери уровня преподавания. Но дело не только в простом переносе процесса передачи знаний и навыков в новый формат, предполагающий удаленную коммуникацию преподавателя и студента. Вынужденный переход в онлайн изменит модели поведения студентов после окончания пандемии. И это потребует изменения моделей бизнеса в системе образования. Какие из них должны прийти на смену традиционным? Пока неясно. Это второй вызов. Наконец, рынок иностранных студентов предсказуемо сократится, как за счет ограничений, связанных с коронавирусом, так и за счет общего сокращения доходов, вызванного спадом мировой экономики. Эти вызовы актуальны для всего образовательного сектора, но в наибольшей степени для бизнес-образования, которое всегда ориентировалось на деньги частного сектора.

География зарубежных партнеров участников рейтинга, обладающих аккредитациями «первого уровня»

График 1

Количество школ – партнеров участников рейтинга



\* По 4 школы: Австралия, Швеция

По 3 школы: Мексика, Норвегия, Словения, Турция, Хорватия, Япония

По 2 школы: Австрия, Бразилия, Греция, Дания, Израиль, Ирландия, Марокко, ОАЭ, Сингапур, Таиланд, Чили, ЮАР

По 1 школе: Босния и Герцеговина, Венгрия, Венесуэла, Египет, Индонезия, Исландия, Казахстан, Кипр, Латвия, Литва, Малайзия, Монако, Перу, Украина, Уругвай, Чехия, Эстония

Источник: АЦ «Эксперт» по данным бизнес-школ

Ответ российских бизнес-школ на новые вызовы во многом определит, удастся ли увеличить долю страны на глобальном рынке управленческого образования, рост которого, вне всяких сомнений, возобновится после некоторой паузы.

### Накануне пандемии

Клуб видимых на мировом рынке бизнес-образования школ на пространстве РФ и СНГ к 2020 году оказался в целом сформирован, их около тридцати. Новых претендентов, вкладывающих ресурсы в потенциальный экспорт своих услуг, к сожалению, нет, однако внутри группы вплоть до последнего времени быстро росла дифференциация.

Напомним, видимость бизнес-школ из-за пределов РФ (и, соответственно, репутация на глобальном уровне) определяется через три ключевых критерия (см. «Методологические принципы исследования»): наиболее престижные независимые внешние оценки (международные аккредитации, рейтинги), партнерские проекты и программы с мировыми лиде-

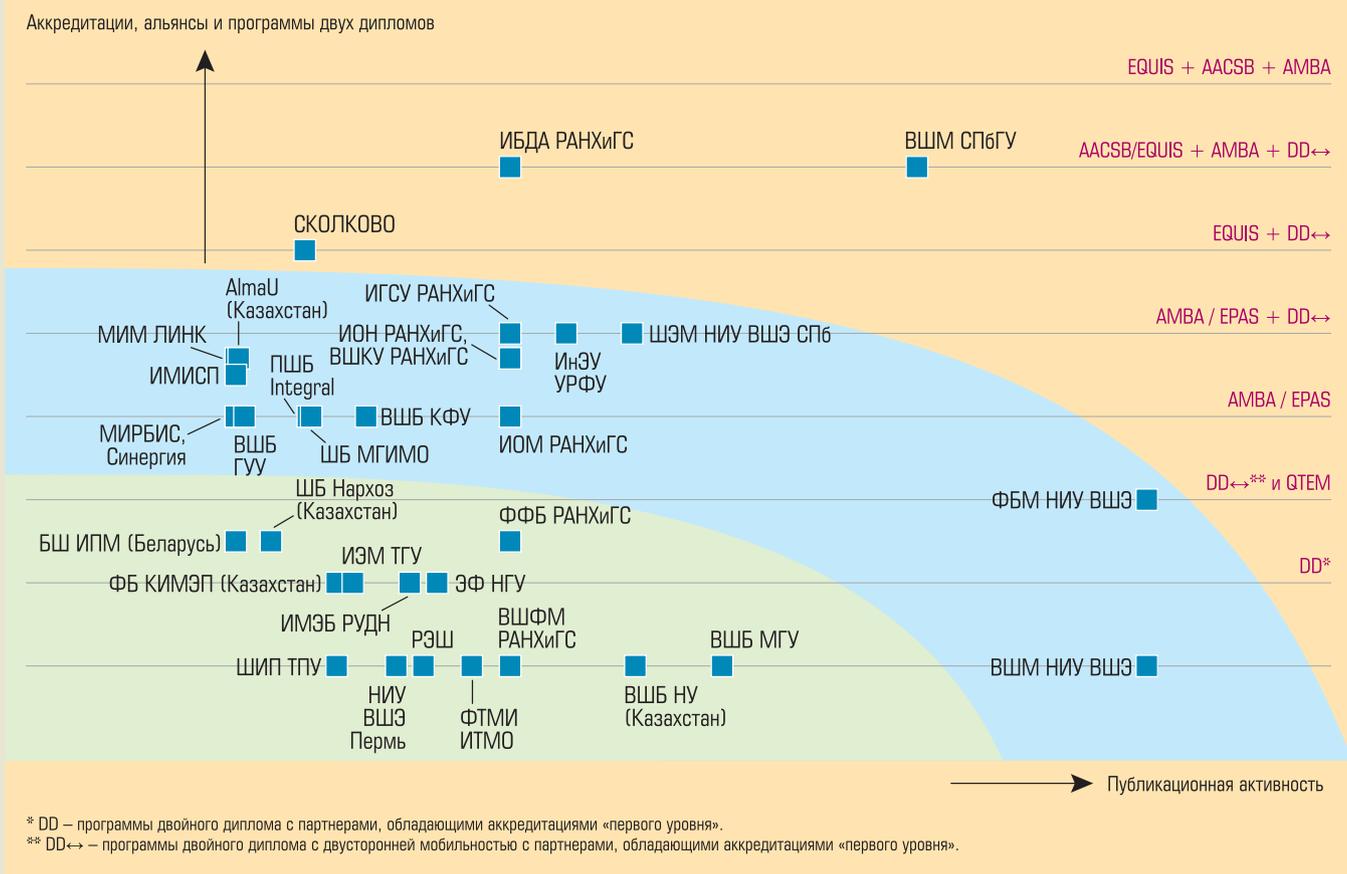
рами и уровень исследований в области менеджмента.

К 2020 году представленность российских школ в рейтингах Financial Times, Times Higher Education Business & Economics (далее — THE B&E) и Quacquarelli Symonds Business & Management (далее — QS B&M) расширилась: еще три года назад в рейтинг Financial Times лучших бизнес-школ Европы входила Высшая школа менеджмента СПбГУ (на 64-й позиции), в THE B&E была представлена единственная российская структура — НИУ ВШЭ (на 83-й позиции), а в QS B&M — НИУ ВШЭ (151–200), СПбГУ (151–200) и МГУ (251–300). В 2020 году в числе лучших провайдеров корпоративных программ по версии Financial Times на 44-й позиции появилась бизнес-школа СКОЛКОВО (62-е место по открытым тренингам). В THE B&E помимо НИУ ВШЭ (94-е место) вошли еще шесть школ: МГУ (126–150), СПбПУ (251–300), КФУ (301–400), РУДН (301–400), СПбГУ (301–400), УрФУ (401–500). В рейтинге QS за анализируемый период добавились РЭУ имени Г. В. Плеханова (251–300), Финансовый университет при правительстве РФ (401–450), УрФУ (401–450), КФУ (451–500) и РАНХиГС (451–500).

Другим критерием видимости школ на глобальном рынке является наличие международных аккредитаций. Фактически это дверь в клуб, состоящий примерно из тысячи школ, внутри которого существенно облегчены возможности партнерства, от обмена студентами и преподавателями до исследовательских проектов и программ двух дипломов. К числу наиболее престижных аккредитаций (аккредитаций «первого уровня») относятся институциональная аккредитация AACSB, британская аккредитация программ MBA AMBA и две аккредитации Европейского фонда развития менеджмента (EFMD): институциональная аккредитация EQUIS и программная аккредитация EPAS. В международной практике считается, что одновременное наличие AACSB, AMBA, EQUIS («тройная корона») позволяет встать в один ряд с лучшими школами бизнеса мира (их около сотни). В ходе предыдущей волны исследования мы пришли к выводу, что серьезного изменения состава аккре-

## Карта интернационализации бизнес-школ России и стран СНГ

График 2



дитованных школ на пространстве СНГ ждать не стоит. Сейчас у одной бизнес-школы есть AACSB (Институт бизнеса и делового администрирования РАНХиГС), у двух — EQUIS (ВШМ СПбГУ, СКОЛКОВО), у двух — EPAS (Институт экономики и управления УрФУ и Школа экономики и менеджмента НИУ ВШЭ — Санкт-Петербург). У пятнадцати есть AMBA. За прошедший год одна бизнес-школа (Высшая школа бизнеса МГУ) лишилась аккредитации EPAS. Всего аккредитациями «первого уровня» обладают 18 школ бизнеса из стран СНГ. Еще несколько школ находятся на пути получения аккредитаций «первого уровня», этот процесс займет еще несколько лет.

Второй критерий, позволяющий школе всерьез претендовать на глобальный рынок студентов, — встречные (когда студенты едут учиться в обе стороны) программы двух дипломов с ведущими школами мира. Сам факт такого тесного партнерства с ведущими игроками свидетельствует об уровне школы. В прошлом году программы двойного диплома имелись у 18 участников рейтинга, в этом году — у 23, в том числе у 18 — с партнерами, имеющими аккредитации «первого уровня». Лидер по этому параметру — ИБДА РАНХиГС.

Более слабый, но значимый критерий — число партнеров, с которыми заключены соглашения об обмене студентами (необязательно с выдачей второго диплома). Всего мы насчитали 301 такую школу-партнера среди участников рейтинга (повторы исключены), из них 72 — с «тройной короной». В прошлом году таких было 245, в том числе 53 с «тройной короной». Из числа новых партнеров 28 появились за счет заключения соглашений, остальные — вследствие изменения состава участников исследования и более полного учета партнерств в рамках образовательных консорциумов.

Расчеты показали: участники нашего исследования существенно расширили сотрудничество с бизнес-школами США, в числе новых партнеров 11 бизнес-школ из этой страны, Великобритании (+5), Германии (+6), Южной Кореи (+7). Радикально увеличили количество партнерств по сравнению с прошлым годом факультет бизнеса и менеджмента НИУ ВШЭ (+28, в том числе восемь с «тройной короной») и ИБДА РАНХиГС (+19, в том числе 11 с «тройной короной»).

Наконец, третий критерий видимости школы в глобальном масштабе — уровень исследований, определяемый публикаци-

ями. По этому критерию в проект вошли 13 школ бизнеса, из них впервые две — факультет бизнеса имени Бэнга Казахского института менеджмента и Школа инженерного предпринимательства Томского политехнического университета.

В рамках нашего исследования для оценки публикационной активности в ведущих журналах мы использовали список ABDC (Australian Business Deans Council) — один из двух наиболее авторитетных списков журналов в области экономики и менеджмента, второй — CABS (Chartered Association of Business Schools).

Общее количество публикаций участников проекта в 2020 году по сравнению с 2019-м почти не изменилось, но при этом выросло их качество: в 2016–2018 годах в журналах ранга А\* и А было опубликовано 1096 статей, а в 2017–2019-м — 1272, на 16% больше; статей в журналах категорий А\*, А и В — на 19% больше.

Десятка лидеров по публикационной активности остается практически неизменной, за исключением РАНХиГС (в составе всех своих бизнес-школ), которая в прошлом году была на 11-й позиции, а сейчас переместилась на седьмое место, существенно нарастив публикационную активность. По сравнению с предыдущим исследованием РАНХиГС почти

2020 г.	2019 г.	Бизнес-школа	Количество зарубежных партнеров с аккредитациями «первого уровня», всего	Из них с «тройной короной» аккредитаций
1	2	Институт бизнеса и делового администрирования РАНХиГС	79 (60)*	31 (20)
2	1	Высшая школа менеджмента СПбГУ	75 (76)	31 (29)
3	6	Факультет бизнеса и менеджмента НИУ ВШЭ	57 (29)	23 (15)
4	3	Школа экономики и менеджмента НИУ ВШЭ — Санкт-Петербург	51 (40)	21 (13)
5	4	Алматы менеджмент университет (Казахстан)	40 (32)	8 (8)
6	—	Факультет бизнеса им. Бэнга, КИМЭП (Казахстан)	35	8
7	8	Институт экономики и управления УрФУ	34 (23)	4 (3)
8	7	Высшая школа бизнеса МГУ	33 (27)	12 (8)
9	5	Московская международная школа бизнеса МИРБИС	30 (30)	8 (7)
10	9	Бизнес-школа СКОЛКОВО	21 (21)	8 (5)

\*Здесь и далее в скобках — показатель за 2019 год.

Источник: АЦ «Эксперт» по данным бизнес-школ

Бизнес-школы, реализующие программы двойных дипломов с зарубежными вузами

Таблица 2

Бизнес-школа	Количество программ	Количество программ с партнерами, имеющими аккредитации «первого уровня»
Институт бизнеса и делового администрирования РАНХиГС*	19 (18)**	15 (14)
Школа бизнеса Нархоз, Университет Нархоз (Казахстан)*	6	6
Алматы менеджмент университет (Казахстан)*	10 (9)	5 (6)
Институт экономики и управления УрФУ*	5 (4)	5 (4)
Факультет бизнеса и менеджмента НИУ ВШЭ*	7 (8)	4 (5)
Институт общественных наук РАНХиГС*	5 (3)	3 (3)
Высшая школа менеджмента СПбГУ*	3 (3)	3 (3)
Факультет бизнеса им. Бэнга, КИМЭП (Казахстан)*	4	3
Институт государственной службы и управления РАНХиГС*	12 (15)	2 (3)
Институт мировой экономики и бизнеса РУДН	8 (8)	2 (2)
Школа экономики и менеджмента НИУ ВШЭ — Санкт-Петербург*	7 (8)	2 (2)
Факультет финансов и банковского дела РАНХиГС*	6 (4)	1 (1)
Институт экономики и менеджмента ТГУ*	4 (1)	1 (0)
Экономический факультет НГУ*	2 (1)	1 (1)
Высшая школа корпоративного управления РАНХиГС*	2 (1)	1 (0)
Бизнес-школа ИПМ (Беларусь)*	1 (1)	1 (1)
Бизнес-школа СКОЛКОВО*	1 (1)	1 (1)
Школа бизнеса ЛИНК*	1 (1)	1 (1)
Высшая школа бизнеса ГУУ*	2 (0)	0 (0)
Школа инженерного предпринимательства ТПУ*	2	0
Московская международная школа бизнеса МИРБИС *	1 (3)	0 (1)
Высшая школа бизнеса МГУ*	1 (1)	0 (0)
Факультет технологического менеджмента и инноваций ИТМО*	1 (0)	0 (0)

\*Данные предоставлены бизнес-школой. \*\*Здесь и далее в скобках — показатель за 2019 год.

Источник: АЦ «Эксперт»

вдвое увеличила число публикаций, а число исключаемых (см. методику) журналов вдвое упало. По показателю качества публикаций можно отметить РЭШ:

80% статей опубликованы в списках А и А\*, ни одной статьи — в исключаемых журналах. Последняя не является бизнес-школой в узком смысле этого слова, од-

нако ее востребованность на глобальном рынке в определенной нише очевидна.

Итак, по совокупности критериев международной видимости соответствуют 34 бизнес-школы: 29 из России, четыре из Казахстана, одна из Белоруссии. Участники были классифицированы в зависимости от текущей стратегии продвижения на международном рынке и видимости в мировом образовательном пространстве (см. таблицу 4). Как и в предыдущих исследованиях, мы идентифицировали три группы: международные бизнес-школы; бизнес-школы, активно продвигающиеся на международном рынке за счет аккредитаций и партнерств или исследовательской активности; видимые на международном рынке бизнес-школы с неопределенной пока стратегией продвижения.

Анализ показывает, что количество заметных на международном рынке бизнес-школ из стран СНГ растет очень медленно, в исследовании этого года динамика обеспечена благодаря публикационной активности в ведущих журналах по менеджменту. В то же время анализируемая группа школ очень неоднородна и по наличию аккредитаций, и по партнерствам с зарубежными школами. И в перспективе эта дифференциация будет только усиливаться.

И вот, эта небольшая и только формирующаяся группа потенциально конкурентоспособных на глобальном уровне школ столкнулась с коронавирусной историей. И оказалось, что круг бизнес-школ, в основном готовых предоставлять студентам не наскоро адаптированные под новые каналы коммуникации суррогаты, а полноценные онлайн-продукты, еще уже, чем упомянутая группа.

## Вызовы дистанционного обучения

Пятнадцатого марта Министерство науки и высшего образования рекомендовало российским вузам перейти на дис-

Топ-10 вузов по публикационной активности в области менеджмента

Таблица 3

2020 г.	2019 г.	Вуз	Количество публикаций	Количество публикаций по категориям журналов рейтинга ABDC			
				A*	A	B	C
1	1	НИУ ВШЭ — Москва	610 (571)**	39 (57)	198 (201)	204 (169)	169 (144)
2	2	СПбГУ	215 (226)	16 (22)	88 (81)	71 (77)	40 (46)
3	3	МГУ	146 (135)	6 (6)	69 (62)	37 (30)	34 (37)
4	5	Назарбаев Университет	120 (81)	12 (9)	50 (33)	36 (24)	22 (15)
5	4	НИУ ВШЭ — Санкт-Петербург	119 (95)	20 (12)	40 (21)	39 (39)	20 (23)
6	7	УрФУ	100 (71)	3 (2)	43 (24)	28 (19)	26 (26)
7	11	РАНХиГС	84 (45)	4 (3)	17 (9)	28 (17)	35 (16)
8	6	ИТМО	73 (72)	4 (8)	39 (34)	16 (19)	14 (11)
9	8	НГУ	63 (58)	1 (1)	34 (33)	16 (17)	12 (7)
10	9	РЭШ	59 (56)	27 (28)	20 (17)	7 (7)	5 (4)

\*\*Здесь и далее в скобках данные исследования 2019 года.

Источник: АЦ «Эксперт» по данным Scopus (на 20.04.2020)

танционное обучение. Некоторые школы бизнеса смогли это сделать за один-два дня, у других переход занял чуть больше времени. Быстро в онлайн были переведены программы очного образования с конкретной датой выпуска, где люди учатся full-time. Качество этого перехода разное. Ввиду чрезвычайности трансформации она была реализована в большинстве случаев чисто технически (профессор начал читать лекции через один из популярных каналов — Zoom, Skype и т. д.), а не методологически. Хотя отдельные примеры качественного онлайн есть. В этих случаях бизнес-школам удалось сохранить проектную деятельность, они, как правило, используют инструменты вовлеченности аудитории, фасилитационные доски и другие аналогичные инструменты. Организация такого онлайн-образования довольно трудоемка и для студентов, и для преподавателей, но именно такие форматы позволяют сохранить его качество. Стремительный уход в онлайн оказался невозможен для part-time и модульных программ, которые в большинстве случаев просто стали переносить по времени: для этой аудитории очень важно установление новых контактов и межличностное взаимодействие.

Во же время в условиях карантина и ограничений во всем мире усилилась востребованность такого формата получения знаний в области управления, как онлайн-курсы. Определенными преимуществами сейчас обладают организации, уже имевшие собственные онлайн-курсы на момент тотального перехода на дистанционное обучение. По наблюдениям проректора по академическим и образовательным вопросам бизнес-школы SKOLKOVO профессора IESE Business School **Евгения Каганера**, большинство глобальных ведущих бизнес-школ за последние два-три года сформировали

объемный портфель онлайн-программ в сегменте открытых программ дополнительного образования.

«По пять—десять программ в формате SPOC (Small Private Online Course) у школы зачастую есть, не путать с MOOC\* (Massive Open Online Course) или массовыми открытыми онлайн-курсами, часто не относящимися к деятельности бизнес-школ, — рассказывает г-н Каганер. — В России создание программ SPOC отстает, и это существенное различие, которое позволяет западным школам глобально, активно продвигать этот портфель, в то время как российские школы не могут это делать, потому что эти портфели в полной мере не сформированы. Мы в бизнес-школе SKOLKOVO пытаемся ускорить развитие еще целого набора программ, которые появятся в ближайшее время».

Самые популярные провайдеры MOOCs — американские платформы Coursera, edX и Udacity, а также британская FutureLearn. Курсы российских образовательных организаций по управленческой и смежной с ней тематикам (экономика, финансы, анализ данных, социальные науки и т. п.) представлены на Coursera и edX. Доля российского сег-

мента в рамках анализируемых тематик на edX составляет 1% (в общей сложности мы насчитали девять курсов, размещенных ИТМО, УрФУ, МИФИ). На Coursera доля присутствия чуть выше — порядка 3% курсов. В рамках тематик «Бизнес», «Социальные науки», «Науки о данных» на этой платформе курсы разместили 11 российских организаций — НИУ ВШЭ, СПбГУ, СПбПУ, НГУ, ТГУ, МФТИ, МИФИ, МГИМО, Корпоративный университет Сбербанка, E-Learning Development Fund, «Яндекс». Их совокупный итог представленности на платформе Coursera — 58 курсов продолжительностью до 16 часов, 72 курса продолжительностью от 16 до

\* В MOOCs доступ открыт для неограниченного числа участников, в SPOCs доставка контента также осуществляется через интернет, но доступ ограничен меньшим количеством участников (примеч. авторов).

МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ  
ВЫСШАЯ ШКОЛА БИЗНЕСА  
МИРБИС (ИНСТИТУТ)

ASSOCIATION  
AMBA  
ACCREDITED

4 PALMS  
TOP  
BUSINESS SCHOOL

Реклама

18+

★★★  
ПРЕДЪЯВИТЕЛЮ  
СКИДКА 3%\*  
★★★

Учебные модули в Москве

# Executive MBA

✓ Старт группы 22 октября

Лицензия Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки № 2574 от 29.03.2017

\*Срок действия скидки до 31 декабря 2020 г., с другими акциями Института не суммируется

www.mirbis.ru/emba +7 (495) 921 41 80 mba@mirbis.ru

Видимость бизнес-школ России и стран СНГ на международном рынке

Таблица 4

## I. Международные бизнес-школы

**Траектория продвижения: развитие различных направлений продвижения**

Высшая школа менеджмента СПбГУ (ВШМ СПбГУ)

**Траектория продвижения: аккредитации и партнерства**

Институт бизнеса и делового администрирования РАНХиГС (ИБДА РАНХиГС)

Бизнес-школа СКОЛКОВО (СКОЛКОВО)

## II. Бизнес-школы, активно продвигающиеся на международном рынке

**Траектория продвижения: аккредитации и партнерства**

Школа экономики и менеджмента НИУ ВШЭ — Санкт-Петербург (ШЭМ НИУ ВШЭ СПб)

Институт экономики и управления УРФУ (ИНЭУ УРФУ)

Институт государственной службы и управления РАНХиГС (ИГСУ РАНХиГС)

Институт общественных наук РАНХиГС (ИОН РАНХиГС)

Высшая школа корпоративного управления РАНХиГС (ВШКУ РАНХиГС)

Алматы менеджмент университет (AlmaU, Казахстан)

Международный институт менеджмента ЛИНК

Санкт-Петербургский международный институт менеджмента (ИМИСП)

Институт отраслевого менеджмента РАНХиГС (ИОМ РАНХиГС)

Высшая школа бизнеса КФУ (ВШБ КФУ)

Школа бизнеса и международных компетенций МГИМО (Школа бизнеса МГИМО)

Плехановская школа бизнеса Integral РЭУ им. Г. В. Плеханова (ПШБ Integral)

Высшая школа бизнеса ГУУ (ВШБ ГУУ)

Московская международная высшая школа бизнеса МИРБИС

Школа бизнеса «Синергия»

**Траектория продвижения: исследовательская**

Факультет бизнеса и менеджмента НИУ ВШЭ (ФБМ НИУ ВШЭ)

Высшая школа менеджмента НИУ ВШЭ (ВШМ НИУ ВШЭ)

## III. Бизнес-школы, видимые на международном рынке

**Траектория продвижения: не определена**

Факультет финансов и банковского дела РАНХиГС (ФББ РАНХиГС)

Высшая школа бизнеса МГУ (ВШБ МГУ)

Школа бизнеса Университета Нархоз (Казахстан) (ШБ Нархоз)

Высшая школа бизнеса Назарбаев Университета (Казахстан) (ВШБ НУ)

Бизнес-школа ИПМ (Белоруссия)

Высшая школа финансов и менеджмента РАНХиГС (ВШФМ РАНХиГС)

Экономический факультет НГУ (ЭФ НГУ)

Факультет технологического менеджмента и инноваций Университета ИТМО (ФТМИ ИТМО)

Институт мировой экономики и бизнеса РУДН (ИМЭБ РУДН)

Российская экономическая школа (РЭШ)

Института экономики и менеджмента ТГУ (ИЭМ ТГУ)

Факультет экономики, менеджмента и бизнес-информатики НИУ ВШЭ — Пермь (ФЭМиБИ НИУ ВШЭ Пермь)

Факультет бизнеса им. Бэнга, Казахстанский институт менеджмента (ФБ КИМЭП)

Школа инженерного предпринимательства, Томский политехнический университет (ШИП ТПУ)

Источник: АЦ «Эксперт»

250 часов и две программы свыше 250 часов. На последние две программы стоит сделать акцент, поскольку это более «видимые» продукты. В их число входит первая в России онлайн-магистратура на английском языке НИУ ВШЭ Master of Data Science по направлению «Прикладная математика и информатика», а также специализация (под специализацией на Coursera понимается группа связанных курсов, разработанных с целью помочь студентам углубить свои знания по определенному предмету) Национального исследовательского Томского государственного университета совместно с E-learning Development Fund «Presentation Skills: Speechwriting, Slides and Delivery».

Помимо международных во многих странах появились национальные онлайн-платформы: XuetangX в Китае, MiriadaX в странах Латинской Америки, France Université Numérique (FUN) во Франции, Национальная платформа «Открытое образование» в России.

На «Открытом образовании» размещаются преимущественно русскоязычные курсы. Любой университет (или конкретный студент) смогут использовать эти курсы в образовательных целях, дополняя ими учебный план или даже заменяя офлайн-курсы. По направлению «Менеджмент», «Экономика» и «Анализ данных» (см. Методологические принципы исследования) на «Открытом образовании» разместили курсы 15 российских

вузов, из них шесть — участники Карты интернационализации. В совокупности на национальной платформе представлено 272 курса по анализируемым тематикам продолжительностью от 16 до 250 часов. Наиболее активны по управленческим тематикам НИУ ВШЭ и СПбГУ.

При этом некоторые школы проявляют интерес и к зарубежным национальным платформам — к примеру, СПбГУ разместил шесть онлайн-курсов на китайской платформе XuetangX на китайском языке, посвященных в основном изучению русского языка.

Помимо размещений на международных ресурсах и национальной платформе бизнес-школы организуют собственные платформы, на которых представляют

Количество курсов, размещенных на платформе «Открытое образование»

Таблица 5

Вуз	Всего курсов	Количество курсов по направлению «Менеджмент»	Количество курсов по направлению «Экономика»	Количество курсов по направлению «Анализ данных»	Количество курсов по «Менеджменту», «Экономике», «Аналізу данных» (двойной счет исключен)
НИУ ВШЭ	100	17	49	22	58
СПбПУ	67	25	36	6	47
УрФУ	52	33	21	4	39
СПбГУ	131	10	31	10	35
ИТМО	52	15	14	20	33
НИТУ МИСиС	37	13	6	1	15
НИЯУ МИФИ	34	7	9	4	12
Томский государственный университет	23	2	7	2	7
СПбГЭТУ «ЛЭТИ»	13	6	1	5	7
Тюменский государственный университет	8	0	6	5	6
МГУ	37	3	1	1	4
МФТИ	20	3	0	1	4
МГТУ им. Н. Э. Баумана	4	3	1	1	3
Самарский университет	8	0	1	0	1
РУТ (МИИТ)	1	1	1	0	1

Серым цветом выделены участники проекта «Карта интернационализации бизнес-школ России и стран СНГ-2020».

Источник: АЦ «Эксперт» по данным платформы «Открытое образование»

курсы — свои и (или) партнеров. Есть варианты размещения непосредственно на сайтах бизнес-школ и даже на YouTube. Из 34 участников исследования такой способ продвижения применяют сейчас семь бизнес-школ (НИУ ВШЭ, Алматы Менеджмент Университет, РАНХиГС, бизнес-школа СКОЛКОВО, Институт экономики и управления УрФУ, Высшая

школа бизнеса ГУУ, Институт экономики и менеджмента ТГУ). Стратегия размещения брендовых курсов на собственных ресурсах с одновременным представлением коротких курсов на международных платформах полностью укладывается в русло международной практики: например, первая десятка дистанционных MBA-программ Financial Times

представлена на собственных платформах бизнес-школ, при этом половина из них размещают также онлайн-курсы на Coursera.

Важным элементом конкуренции за международных студентов является язык онлайн-курсов. И здесь стоит обратить внимание на следующее: понятно, что на национальной платформе размеща-

## Управление будущим

**Г**лавный вызов, стоящий перед бизнес-образованием, — как перевести контент в онлайн без ущерба качеству, считает исполнительный директор Московской международной высшей школы бизнеса МИРБИС Федор Федоров.

**— Как, на ваш взгляд, изменился рынок бизнес-образования во время пандемии?**

— Это сейчас самая обсуждаемая тема. И точки зрения разные. Сегмент дополнительного образования, в частности тренинговые центры и краткосрочные курсы, получил дополнительный импульс. Во время пандемии спрос на онлайн-продукты заметно вырос. Но, как правило, слушатели приходят на такие курсы для решения точечных задач. Это чаще всего сиюминутная история, к тому же всплеск интереса к этому формату во многом был связан с маркетинговыми акциями, в частности с большим

количеством бесплатного контента. Посмотрим, как отреагируют пользователи онлайн-контента, когда он станет полностью платным. Слушатели базовых фундаментальных программ, выбравших системное обучение, заняли разные позиции: кто-то решил поставить обучение «на паузу», но были и те, кто почувствовал потребность в знаниях именно сейчас. Например, некоторые наши слушатели желание продолжить обучение аргументировали так: «Мы отлично понимаем, что Zoom не заменит аудиторию, но нам именно сейчас нужна коучинговая поддержка, которая есть в программе MBA в МИРБИС. Нам именно сейчас нужны курсы по стратегии финансов, потому что мы останавливать бизнес не хотим. Мы хотим эти знания сразу применить в этой кризисной ситуации».

**— Насколько сильным может быть проникновение дистанционных форматов на рынке управленческого образования?**



ПРЕСС-СЛУЖБА МИРБИС

— В развитии бизнес-образования после пандемии я бы выделил четыре тенденции. Во-первых, многое будет зависеть от продолжительности ограничительных мер в мире и в России. Во-вторых, важно понять, насколько наши менеджеры, предприниматели будут воспринимать образование как основу, на которой можно выстраивать карьеру, дальнейшую стратегию компании, личный бренд, позиционирование компании на рынке. В-третьих, мир после пандемии действительно станет другим, потребуются новые технологии, и с ними собственникам и менеджерам будут нужны

новые знания. Придется заниматься формированием новой стратегии, в любом случае нужно будет думать о новых продуктах, искать партнеров, рынки сбыта. В-четвертых, университеты и бизнес-школы, безусловно, будут много экспериментировать и переводить часть контента в онлайн. И сейчас мы в жарких спорах с коллегами ищем ответы на эти вызовы. Самое главное, и в этом наши позиции сходятся, нужно найти ответ на вопрос, как в образовательной среде перенести контент в онлайн без ущерба качеству. Технические дисциплины и финансовый учет перевести в онлайн вполне реально. Сложнее, например, давать профессиональные навыки менеджера, организационное поведение. Особенно это сложно организовать в рамках брендовых программ типа MBA, в рамках программ с большой продолжительностью. И конечно, чтобы подтверждать аккредитации и рейтинги, самим школам необходимо поддерживать наработанный капитал — бренд, качество программ, уровень преподавательского состава. ■

ются русскоязычные курсы, но даже на Coursera большинство курсов, представленных российскими организациями по выделенным тематикам, на русском языке, и лишь 26% — на английском. Поэтому в качестве продвижения этот инструмент применим преимущественно к территории СНГ. С учетом того, что представленность российских организаций на международных образовательных платформах довольно слаба (за исключением НИУ ВШЭ), в целом этот инструмент не будет эффективным для целей продвижения. В зоне видимости остаются те курсы, за которыми стоят сильный бренд, университет, конкретный профессор.

Таким образом, представленность большинства бизнес-школ (и университетов) России и СНГ в мировом образовательном онлайн-пространстве, мягко говоря, оставляет желать лучшего: на наиболее популярных международных платформах представлены менее десяти бизнес-школ, если включать в оценку национальную платформу — полтора десятка. На собственных ресурсах участники рынка размещают существенно больше онлайн-продуктов, однако их качество внешней оценке не поддается. И это, пожалуй, главный вызов, на который сейчас предстоит ответить сегменту управленческого образования: как поддержать уровень качества. В мировой практике ориентирами во всем многообразии образовательных продуктов, в том числе онлайн, являются системы сертификаций и рейтингов, например рейтинги программ МВА-онлайн Financial Times или QS. Российские школы бизнеса в них пока не представлены. В качестве международной системы сертификации онлайн-курсов на мировом пространстве выступает ЕОССС Европейского фонда развития менеджмента. Всего ЕОССС сертифицировано 106 курсов 22 организаций из 12 стран, из них две организации — российские (экономический факультет МГУ и Корпоративный университет Сбербанка). Проректор по обучению и исследованиям Корпоративного университета Сбербанка **Игорь Баранов** рассматривает процедуру сертификации как очень важную для всей системы бизнес-образования: «Бизнес-школы не могут конкурировать по ценовым параметрам, и очень часто качество обучения недоступно для непосредственного наблюдения со стороны слушателей. В мировой практике для корпоративных университетов предусмотрена аккредитация (CLIP), и мы ее получили. Аккредитация для онлайн курсов ЕОССС более фокусная, она дает возможность протестировать среди иностранных коллег, которые участвуют в

комиссии по присуждению, качество своего курса с точки зрения международных стандартов. Мы считаем, что сама процедура участия в аккредитациях имеет не менее важное значение, чем результат. Потому что в этом анализе участвуют профессионалы из других крупных компаний, и их задача, в первую очередь, не дать аудит соответствия, а предоставить замечания и комментарии по продукту».

В целом можно констатировать, что инструменты оценки качества онлайн-курсов есть, но ими охвачена очень незначительная часть этого рынка. Очевидно, что эта тема должна получить серьезное развитие в ближайшем будущем, будучи поддержана как государством, так и независимыми агентствами.

### Коронасценарии

Большинство участников рынка сходятся во мнении, что ускоренная цифровизация окажет существенное влияние на сегмент бизнес-образования. Единичные попытки заменить традиционные лекции онлайн-курсами для снижения нагрузки на преподавателей ведущих вузов предпринимались всегда. Некоторые школы размещали онлайн-курсы в качестве эксперимента на национальной платформе «Открытое образование», понимая, что это дает шанс слушать лекции сильного преподавателя с возможностью перезачета в родном вузе. Теперь эти и многие другие новации с огромной скоростью претворяются в жизнь. Вот что по этому поводу говорит Евгений Каганер: «Ситуация с пандемией ускоряет те изменения, о которых мы знали, понимали и к которым готовились. С точки зрения готовности аудитории бизнес-школ к онлайн- и смешанным форматам программ, тот путь, который мы до коронавируса проходили бы пять-семь лет, сейчас прошли за пару месяцев».

И это касается не только форматов обучения. По словам заместителя президента-председателя правления банка ВТБ, директора Высшей школы менеджмента (ВШМ) СПбГУ **Ольги Дергуновой**, пандемия убрала бюрократические барьеры, о которых система образования в целом и бизнес-школы в частности долго спорили и которых боялись. К примеру, онлайн-заявление на поступление теперь можно подавать во всех вузах и на всех уровнях программ: в бакалавриат, магистратуру и аспирантуру. Ранее эта опция была доступна не во всех университетах, а в ВШМ принимали заявления в онлайн-формате только от абитуриентов магистратуры и аспирантуры. «Эту новацию обсуждали, спорили, сомневались, а потом пандемия сделала

это возможным, — рассказывает Ольга Дергунова. — Переход на эту технологию даст нам расширение географии для поступающих, возможность подать заявление в тот университет, до которого, может быть, до этого абитуриент и не доехал бы. На мой взгляд, этот шаг дает возможность перераспределить студентов между вузами».

По мнению **Жанны Беляевой**, академического директора Школы управления и междисциплинарных исследований ИнЭУ УрФУ, пандемия позволит региональным вузам существенно улучшить качество поступающих в этом году: «Неопределенность формата обучения в 2020–2021 годах и ограничения посткарантинного периода заставляют многих выпускников школ подробнее рассмотреть предложение домашних регионов, отказавшись от переезда в Москву, Санкт-Петербург, другие страны. Это означает, что больше хороших абитуриентов и высокобалльников останется в регионах».

Безусловно, пандемия внесла коррективы и в привычные модели продвижения, связанные с партнерствами и программами обмена. Из-за ограничений и карантина эти программы фактически свернуты и, судя по всему, не возобновятся еще долго. Например, некоторые немецкие вузы информируют, что они раньше 2021 года не будут открыты для обмена. Некоторые европейские вузы подтвердили, что с 1 сентября они выйдут в онлайн. Это заставляет школы искать другие форматы поддержки коммуникаций.

«Мы и раньше тестировали форматы интернационализации обучения в цифровом формате, но переход на онлайн-обучение одновременно со всеми международными партнерами определенно стал драйвером роста и высветил новые возможности кооперации. Например, мы запустили проектный симулятор с 12 университетами Латинской Америки и Западной Европы полностью в онлайн, обсуждаем новые программы двойных дипломов на уровне бакалавриата и магистратуры в смешанном формате. Важно выделить те проекты, которые выигрывают от перехода полностью в онлайн в условиях новой постковидной реальности, и проекты, требующие физического присутствия, — говорит Жанна Беляева. — Нам с нашими корпоративными партнерами удалось организовать полноценное прохождение практики и российских, и зарубежных студентов в онлайн. Традиционные летние школы для международных студентов мы тоже переводим в онлайн-формат. Спрос есть, и спрос будет, многие студенты европейских вузов рады возможности участия

в качественных программах, получая дополнительные ECTS (Европейская система перевода и накопления баллов), которые учитываются для получения диплома в домашних университетах, это дополнительный инструмент привлечения международных студентов на наши программы».

Очевидно, что с ускорением цифровизации бизнес-образования горизонты для базовых академических программ расширяются. Но при этом пока очень неопределенно выглядит будущее программ MBA. С одной стороны, в условиях кризиса лучшей инвестицией для менеджеров будет вложение в собственное образование, с другой — нет уверенности в том, что программы в онлайн-формате будут востребованы, поскольку для данной аудитории очень важным является установление новых контактов и межличностное взаимодействие. По наблюдениям Ольги Дергуновой, как правило, люди идут на MBA для того, чтобы в коллективе единомышленников обсуждать, рефлексировать и развиваться. «И в этом смысле очное присутствие, возможность выпить кофе вместе, поработать в проектной команде является для многих определяющим фактором», — говорит она.

Директор филиала НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге **Сергей Кадочников** полагает, что с учетом глобальных изменений в бизнесе и обществе стратегии развития программ в области бизнес-образования будут переформатированы: «В новых условиях явно виден переход на гибкие, мобильные форматы обучения. Проанализировав запросы партнеров и клиентов НИУ ВШЭ — Санкт-Петербург, мы отметили потребность в адаптивных образовательных продуктах еxecutive-уровня. Компании переходят к «осознанному потреблению» обучения, они заинтересованы в коротких емких форматах, дающих реальные практические навыки. Происходит массовый перенос всего процесса обучения в онлайн-формат. Больше нет времени на полугодовые очные программы: образование должно быть таким, чтобы уже завтра слушатель мог использовать новые знания на своем рабочем месте».

В связи с этим, по мнению Сергея Кадочникова, перенос обучения в онлайн-формат будет непросто вызовом для лучших специалистов по всему миру: «Необходимо обеспечить максимальную вовлеченность и погруженность участников в процесс обучения. Выигрывают те бизнес-школы, которые суме-

ют быстро наладить онлайн-нетворкинг для формирования деловых связей между слушателями и научат их эффективно пользоваться самым редким сейчас ресурсом — возможностью коммуницировать».

### Ждать три года

Итак, этот год не принес существенных сдвигов в части международной видимости бизнес-школ стран СНГ и ознаменовался коронакризисом, заморозившим международные коммуникации. Однако на горизонте двух-трех лет мы увидим большие изменения на нашей карте. Во-первых, за это время сразу несколько участников должны завершить дорогостоящие и длительные проекты получения международных аккредитаций, следствием чего станет расширение спектра проектов равноправного сотрудничества с ведущими школами мира. Во-вторых, существенный выигрыш за счет глобальных студентов получают школы, сделавшие в предыдущие годы серьезные инвестиции в онлайн-продукты и технологии: таковых менее двух десятков на всю страну. Произойдет это по мере дифференциации по качеству внезапно расширившегося рынка образовательных онлайн-продуктов. ■

## Методологические принципы исследования

**П**од бизнес-школами мы понимаем отдельные частные и государственные организации и структуры, являющиеся частью вузов, которые реализуют базовые академические программы уровня бакалавриата и (или) магистратуры в области менеджмента («Управление персоналом», «Инноватика») и (или) программы дополнительного бизнес-образования (MBA, EMBA, DBA). Исследование направлено на кластеризацию бизнес-школ в зависимости от их траекторий и уровня продвижения в глобальном пространстве.

При подготовке рейтинга использовались два типа критериев: базовые (их наличие необходимо для попадания в рассмотрение) и дополнительные (существенны в оценке уровня и перспектив продвижения бизнес-школ).

Источники информации: база данных Scopus; официальные сайты аккредитующих организаций и официальные сайты бизнес-школ; данные, предоставленные бизнес-школами.

География исследования: страны СНГ.

### Базовые критерии:

— наличие одной или нескольких международных институциональных аккредитаций EQUIS, AACSB или CEEMAN;

и (или):

— наличие одной или нескольких международных программных аккредитаций EPAS, AMBA;

и (или):

— не менее 25 публикаций по управленческой тематике в журналах списка ABDC (Australian Business Deans Council) в базе данных Scopus в период 2017–2019 годов, за исключением списка журналов, разработанного в рамках проекта «Предметный рейтинг научной продуктивности вузов-2020» (размещен на сайте <http://www.asexPERT.ru/> в разделе «Университеты»). Использование в качестве базового ABDC Journal Quality List (актуализирован в декабре 2019 года) гарантирует, с одной стороны, приемлемый уровень качества публикаций, с другой — накладывает

тематические ограничения (менеджмент, маркетинг и проч.). Количество публикаций определялось для организации в целом, а не для отдельной бизнес-школы.

### Дополнительные критерии:

— развитие партнерств. Учитывались партнерства всех типов (обмен студентами, совместные исследования, совместные образовательные программы и проч.) с зарубежными бизнес-школами, имеющими по крайней мере одну аккредитацию «первого уровня»;

— программы двойного диплома. Учитывались программы двойного диплома с зарубежными бизнес-школами, имеющими по крайней мере одну аккредитацию «первого уровня». Обязательное условие: по итогам программы выдаются диплом «домашней» бизнес-школы и диплом зарубежного партнера. Исключены из рассмотрения: программы по франшизе; программы, по результатам которых выдаются сертификаты; краткосрочные программы.

*Визуализация базовых принципов глобальной видимости бизнес-школ (см. график 2).*

Критерии отнесения к уровням видимости бизнес-школ на международном рынке:

— международные бизнес-школы: наличие институциональной аккредитации «первого уровня» и одной из программных аккредитаций «первого уровня»;

— бизнес-школы, активно продвигающиеся на международном рынке: наличие одной аккредитации «первого уровня»;

либо:

— наличие не менее 150 публикаций, соответствующих методологии исследования;

— бизнес-школы, видимые на международном рынке: от 0 до 150 публикаций, аккредитации «первого уровня» отсутствуют.

*Анализ курсов на платформе «Открытое образование».* К направлению «Менеджмент» относятся направления подготовки: 08.02.00, 38.03.00, 38.03.03, 38.04.03, 27.03.05, 27.00.00, 27.04.03, 38.04.02, 27.04.08, 27.03.03. К направлению «Экономика» — 08.00.05, 38.00.00, 38.06.01, 27.04.07, 38.04.01, 38.03.01, 08.00.10, 38.04.08, 38.03.05, 38.04.05. К направлению «Анализ данных» — 01.03.05, 09.03.02, 01.03.02, 01.04.02, 09.03.03, 09.04.03. ■