

СТРАТЕГИЯ международных связей экономического факультета Санкт-Петербургского государственного университета

I Миссия

Проведение эффективной международной политики, направленной на предоставление фундаментального экономического образования на уровне ведущих университетов мира и повышение международного авторитета экономического факультета СПбГУ как высокопрофессионального учебного и научного центра России.

II Цели

1. Реализация соглашений и программ международной деятельности в рамках международных межвузовских и межфакультетских договоров о сотрудничестве во имя взаимопонимания между культурами, народами и создания совместных ценностей гуманитарного характера.
2. Поддержание системы качественного образования на уровне ведущих университетов мира путем: а) повышения научно-методической квалификации преподавателей факультета с помощью совместных с зарубежными учеными научных исследований, участия в международных конференциях, симпозиумах, публикациях; б) повышения научно-методической квалификации преподавателей факультета путем стажировок и чтения лекций в вузах-партнерах.
3. Повышение уровня подготовки кадров путем обучения студентов факультета в вузах-партнерах, участия в совместных исследованиях, разработках, конференциях, публикациях.
4. Повышение международного имиджа факультета путем реализации совместных исследовательских и образовательных программ (подготовка магистров и краткосрочные образовательные программы для иностранных студентов, аспирантов и стажеров).
5. Гармонизация с ЕС учебных программ в рамках Болонского процесса.

III Задачи

1. Оценка отделом международных связей международного и национального рынка образовательных услуг, постоянный анализ результатов международной деятельности для развития факультета как образовательного и научного центра.
2. Координация стратегии, целей, направлений и форм сотрудничества с зарубежными вузами, фондами, центрами, институтами. Разработка планов, программ сотрудничества факультета с зарубежными партнерами в рамках межвузовских и межфакультетских соглашений.
3. Организация и координация совместной деятельности кафедр по реализации программ международного сотрудничества.
4. Привлечение средств зарубежных фондов, грантодателей, вузов-партнеров для развития материально-технической базы факультета, совместных программ обучения студентов и стажеров, исследований, разработок, конференций, публикаций, стажировок преподавателей, обмена студентами.
5. Продвижение действующих и новых магистерских и специально разработанных краткосрочных программ факультета на международный рынок образовательных услуг.
6. Использование действующих образовательных программ кафедр факультета в качестве опорных для продвижения на международный рынок образовательных услуг.
7. Подготовка и продвижение на международный рынок совместных образовательных программ, включенных в учебные планы зарубежных вузов с вручением сертификатов о подготовке кадров в СПбГУ.

8. Подготовка и продвижение на международный рынок краткосрочных учебных программ, семинаров (с вручением сертификатов о подготовке кадров в СПбГУ) в области деятельности иностранного капитала в России, состояния и направлений развития экономики страны, экспортно-импортных сделок, инвестиционного климата, менеджмента в РФ.

IV SWOT анализ

Сильные стороны факультета по осуществлению международных связей:

1. Факультет участвует в реализации межвузовских соглашений с университетами Амстердама и Стокгольма.
2. Факультет реализует 11 соглашений с иностранными вузами (Технический университет г.Ильменау, ФРГ; Бизнес школа г.Трондхейм, Норвегия; Политехнический университет г.Лахти, Финляндия; Университет Виадрина, Франкфурт-на-Одере, ФРГ; Университет г.Шанхай, КНР; Университет экономики г.Будапешт, Венгрия; Высшая школа коммерции, Париж, Франция; Университет г.Осло, Норвегия; Технический университет г.Дрезден, ФРГ; Университет г.Ахем, ФРГ; Университет г.Падеборн, ФРГ).
3. Кафедры факультета имеют отдельные соглашения с иностранными вузами о сотрудничестве. Кафедра страхования – грант Бельгии, Дании и Норвегии MORE. Кафедра Мировой экономики – соглашение с Карлтонским университетом, Канада. Кафедра управления и планирования социально-экономических процессов – соглашение с Австрией.
4. Факультет вышел на международный рынок образовательных услуг. Предлагаются магистерская программа «Международная торговая система», совместные с иностранными вузами семестровые программы встроенного обучения, краткосрочные обучающие программы и семинары «Летняя школа», «Зимняя школа».
5. Растет интерес к экономическому факультету со стороны студентов стран ЕС: на сайт факультета ежемесячно заходят до 600 человек.
6. Факультет является ведущим образовательным и научным центром среди экономических вузов России, располагая современной учебной базой, высокоскоростным Интернетом, квалифицированным профессорско-преподавательским составом, научным авторитетом.
7. Ведущие профессора факультета известны мировой научной общественности, являясь членами зарубежных академий, публикуя монографии и статьи в зарубежных издательствах, участвуя в международных конференциях и симпозиумах.
8. Бренд Санкт-Петербургского университета и город Санкт-Петербург являются устойчивым преимуществом при выборе российского партнера по сотрудничеству в области подготовки кадров.

Слабые стороны внешних связей факультета:

1. Незначительные масштабы международного сотрудничества в рамках межвузовских соглашений.
2. Не полное использование научного потенциала факультета в качестве содержательной основы для программ сотрудничества. Реализуются программы обмена по маркетингу (2), «Экономика России» (1), МСФО (1).
3. Незначительное использование возможностей факультета в качестве экспортера образовательных услуг по магистерским программам, семестровым включенным программам обучения, краткосрочным семинарам. Усилия кафедры МЭ по

прорыву на международный образовательный рынок должны быть поддержаны другими кафедрами.

4. Не использование программ обмена студентами по маркетингу в качестве экспортного продукта для фирм.
5. Незначительный объем публикаций в зарубежных изданиях.
6. Языковой барьер. Небольшое количество преподавателей факультета (20-30 человек) способны свободно читать лекции на английском языке, что объективно является препятствием для экспорта образовательных услуг.
7. Недостаточная гласность в реализации программ внешних связей факультета.

Угрозы

1. Потеря интереса зарубежных грантодателей к России.
2. Конкуренция со стороны МГУ, Киевского университета.

Возможности

1. Научный и образовательный потенциал факультета.
2. Опыт внешнеэкономической деятельности кафедры Мировой экономики, а также профессоров И.П. Бойко, С.В. Валдайцева, Г.Г. Богомазова, Н.П. Кузнецовой, Ю.В. Кузнецова, Ю.А. Маленкова, С.Ф. Сутырина, Л.Д. Широкограда, доцентов И.В. Воробьевой, В.И. Капусткина, М.Ф. Колесниковой, Т.А. Лукичевой, О.Ю. Трофименко.

V Выбор стратегии

1. Наряду с реализацией действующих межвузовских соглашений сфокусироваться на:
 - - экспорте образовательных услуг на международный рынок, в том числе для «русской» диаспоры за рубежом;
 - - совместных научных исследований, конференций с зарубежными партнерами;
 - - получение международных и/или национальных грантов на исследования и разработки, подготовку совместных учебников, разработку совместных образовательных программ.
2. Основой внешнеэкономической деятельности должны стать кафедры – создатели образовательного продукта, непосредственно заинтересованные в повышении квалификации научных кадров и образовательного уровня студентов.
3. Заключение соглашения о твиннинг-партнерстве с одним из ведущих экономических вузов мира.
4. Создание филиалов в иностранных университетах или совместных программ с предоставлением образовательных услуг для «русской» диаспоры за рубежом.

VI Реализация стратегии

1. Обмен академическим персоналом в рамках действующих межвузовских программ сотрудничества для чтения лекций, исследовательской работы, консультаций.
2. Обмен аспирантами в рамках действующих межвузовских программ сотрудничества для исследовательской работы.
3. Обмен студентами в рамках действующих межвузовского сотрудничества по магистерским программам обучения.
4. Использование программ обмена студентами по маркетингу в качестве экспортного интеллектуального продукта.
5. Проведение совместных научных исследований с вузами СНГ, ЕС, США, Канады, Японии, Китая, Индии, в частности, по следующей проблематике: «Императивы глобализации и развивающиеся рынки», «Проблемы управления туристическим

- бизнесом», «Проблемы управления персоналом», «Институциональный анализ и его применение в экономике России», «Проблемы разработки и использования продуктов на финансовых рынках», «Институциональные основы финансового рынка», «Инвестиционный климат в России», «Теория и практика транзитивной экономики», «Теория фирмы», «Корпоративное управление в России», «Гармонизация национальных моделей корпоративного управления», «Финансовые рынки и риски в России», «Место России в диалоге субцивилизаций», «Соотношение либерализма и протекционизма», «Управление запасами (модели)», Корпоративные финансы (инвестиционный анализ)».
6. Проведение совместных научных конференций по темам: «Российский рынок ценных бумаг», «Страховое законодательство ЕС и РФ», «Российский страховой рынок», «Финансовый рынок России», «Инвестиционные возможности Северо-Западного региона РФ», «Особенности финансовой политики на современном этапе», «Экономические реформы в России и Китае», «Актуальные проблемы менеджмента».
 7. Издание научных трудов в зарубежных журналах и издательствах.
 8. Научная редакция переводов книг зарубежных авторов по финансам, менеджменту, мировой экономике, экономике предприятия маркетингу.
 9. Привлечение средств зарубежных фондов, университетов, грантодателей на совершенствование материально-технической базы факультета, исследования, публикации, стажировки преподавателей.
 10. Экспорт образовательных услуг на международный рынок: магистерские программы, совместные семестровые образовательные программы (с выдачей диплома о повышении квалификации) включенного обучения, краткосрочные программы («Летняя школа», «Зимняя школа»).
 11. Опора на отдельные кафедры или кооперацию кафедр в осуществлении внешнеэкономической деятельности факультета.
 12. Опора на опыт кафедры Мировой экономики в продвижении образовательных услуг факультета на международный рынок.
 13. Использование потенциала кафедр Мировой экономики, Экономики исследований и разработок, Управления и планирования социально-экономических процессов, Экономики предприятия и предпринимательства, Теории кредита и финансового менеджмента, Экономической теории в качестве основы для экспортных программ обучения.
 14. Поиск твиннинг-партнера из числа ведущих экономических университетов мира.
 15. Проведение маркетинга (PR, имиджевая и продуктовая реклама, англоязычный сайт в Интернете), в странах СНГ, Азии, ЕС по привлечению студентов и аспирантов на разные формы и программы обучения.
 16. Создание сайта факультета на английском языке с информацией о факультете, программах обучения, научном обмене.
 17. Разработка международной программы “Business, Economic and Social Studies” (1 семестр) для иностранных студентов.
 18. Проведение бизнес-семинаров для иностранных компаний.
 19. Создание совета по международным связям при декана факультета.
 20. Ежегодно составлять и утверждать у декана факультета бюджет отдела международных связей по финансированию основных направлений реализации стратегии.
 21. Для расширения участия в различных программах с зарубежными университетами, фондами, фирмами направлять преподавателей в ЦППК ФЛ филологического факультета СПбГУ для совершенствования знаний иностранных языков по действующим бюджетным обучающим программам.

VII Взаимодействие с подразделениями факультета

Внешнеэкономическая стратегия реализуется отделом международных связей во взаимодействии со всеми подразделениями факультета:

- с деканатом согласовываются учебные программы, расписание, аудитории, конференции, исследования и разработки, командировки преподавателей, материально-техническое обеспечение, финансирование;
- с кафедрами согласовываются направления, формы и реализация стратегии;
- с отделом аналитики маркетинга и связей с общественностью согласовываются и реализуются маркетинговые и рекламные акции факультета;
- с центром информационных технологий создается и поддерживается сайт факультета на английском языке, организуются “мосты” с университетами мира;
- с деканатом по работе с иностранными учащимися согласовывается весь комплекс вопросов по приему студентов, аспирантов и стажеров по всем формам и программам обучения.

VIII Мониторинг стратегии

Стратегия координируется и корректируется Ученым советом с учетом динамики международного образовательного рынка, стратегии развития факультета, научных интересов кафедр.

VIII Реализация стратегии

Стратегия реализуется в рамках действующих соглашений, заключения новых, а также путем принятия трехлетней Программы реализации стратегии.

Стратегия принята Ученым советом экономического факультета.
Протокол № 7 от 16 февраля 2006 г