

решения относительно их будущего роста и стратегического развития. Такой подход является комплексным и обеспечивает учет различных аспектов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / Игорь Ансофф; При содействии Эдварда Дж. Макдонелла; Пер. с англ. Ю. Н. Жильцова; Под общ. ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб. : Питер, 2000. – 413 с.
2. Данильченко, А. В. Методологические аспекты оценки экономики знаний на примере деятельности научно-технологических парков / А. В. Данильченко, Ю. Г. Алексеев, С. А. Харитонович // Новости науки и технологий. – 2021. – № 4 (59). – С. 36-48.
3. Иванов Д.А. Понятие «синергия» и «синергический эффект»: семантический и эволюционный аспекты // Российское предпринимательство. – 2016. – Том 17. – № 20. – С. 2583-2594.
4. Хацкевич, Г. А. Модель баланса экономических интересов в экономике знаний / Г. А. Хацкевич, А. И. Бельзецкий // Управление интеллектуальным капиталом в экономике знаний / А. И. Бельзецкий [и др.] – Минск : Институт Бизнеса БГУ, 2021.
5. Харитонович, С.А. Оценка динамики формирования экономики знаний европейских стран с малой открытой экономикой: методика и эмпирический анализ / С.А. Харитонович // Журн. междунар. права и междунар. отношений. БГУ. – 2021. – № 4. – С. 71-82.

УДК 338.4+ 37.014.5

ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ И ЦИФРОВИЗАЦИЯ НА РЫНКАХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ РОССИИ И БЕЛАРУСИ

канд. филол. наук Е. А. Дрокинова; д-р. экон. наук Г. В. Астратова, УрФУ, г. Екатеринбург

Резюме. Процессы интернационализации и цифровизации образования и науки продолжают сегодня выступать одними из основных трендов развития сферы высшего образования в разных странах мира, в том числе – в России и Беларуси. Ключевым стимулом развития данных процессов стала глобальная пандемия коронавируса SARS-CoV-2, в дальнейшем же сфера образования в целом и отдельные процессы в ней трансформировались под влиянием разнообразных изменений в сфере политики, экономики, общества и технологий. В статье на примере отдельных вузов России и Беларуси рассматривается специфика интернационализации на рынке услуг высшего образования, а также особенности продвижения образовательных услуг с помощью инструментов интернет-коммуникации в условиях стремительно меняющейся внешней среды.

Ключевые слова: интернационализация, цифровизация, высшее образование, новые экономические условия, интернет-продвижение.

Введение. Сегодня, несмотря на стремительные изменения в социально-политической ситуации, интернационализация и цифровизация продолжают оставаться важнейшими трендами в сфере высшего образования и науки [1-3]. Интернационализация – это сложный процесс, к определению которого есть разные подходы, в частности – понимание его как «процесса интеграции международного, межкультурного или глобального измерений в рамках основных функций системы образования», что напрямую влияет «как на исследовательский, так и на учебный процесс» [4, с. 176].

Актуальность нашего исследования обусловлена исторически сложившейся схожестью и стратегическими приоритетами развития систем высшего образования в РФ и РБ [5, 6]. Цель исследования: определить специфику интернационализации на рынке услуг высшего образования России и Беларуси, а также особенности продвижения образовательных услуг с помощью инструментов интернет-коммуникации в условиях стремительно меняющейся внешней среды.

Основная часть. Методологическим базисом исследования явились работы российских и зарубежных ученых и практиков, опубликованные в открытом доступе, по проблемам интернационализации и цифровизации в сфере высшего образования и науки. Заявленный перечень вопросов рассматривается авторами на примере образовательных услуг отдельных вузов России и Беларуси: Уральского федерального университета им. Б.Н. Ельцина (г. Екатеринбург, Россия) и Белорусского национального технического университета (г. Минск, Беларусь). В ходе исследования были применены методы анализа и синтеза, систематизации и сравнения, экономический и логический анализ.

Триггером интенсивного развития интернационализации и цифровизации в сфере высшего образования и науки стала пандемия коронавируса SARS-CoV-2 [1, 2], которая привела к глобальным изменениям в жизни человека, в том числе – в РФ и РБ. Кроме того, сегодня на трансформацию сферы образования в целом и отдельных процессов в ней влияют стремительные экономические и социально-политические изменения, которые специально изучаются и описываются исследователями [2, 3, 5, 6]. Отдельный интерес при этом представляет анализ того, как в разных странах строится процесс интернационализации в сфере услуг высшего образования в текущей ситуации с учетом смены вектора международного сотрудничества, а именно: как

решаются задачи организации партнерства и академической мобильности, экспорта и импорта образовательных услуг вузов, разработки качественных образовательных программ и их продвижения и т.д.

В процессе интернационализации на рынке услуг высшего образования нам представляется возможным выделить две составляющие. Первая – это создание самих услуг: организация партнерства и академической мобильности, экспорт и импорт образовательных услуг вузов, разработка качественных образовательных программ в соответствии с потребностями целевой аудитории, способствующих подготовке квалифицированных конкурентоспособных специалистов, и т.п. Вторая составляющая – это продвижение образовательных услуг на международном рынке: установление коммуникации с целевой аудиторией и ее информирование, выбор каналов продвижения, создание и регулярное обновление информационных материалов, участие в образовательных ивентах, выставках и прочих мероприятиях маркетинговых коммуникаций.

В связи с глобальными изменениями в социально-политической и экономической ситуации в 2022-2023 гг., которые привели к смене вектора международного сотрудничества и продолжают сегодня, вузам, несомненно, приходится адаптироваться к новым реалиям, чтобы продолжать развитие с учетом ключевых трендов. И, хотя новые условия требуют дополнительных ресурсов для решения актуальных задач, вузам России и Беларуси, на наш взгляд, успешно удастся реализовать составляющие, обеспечивающие тренд интернационализации. В частности, это можно проследить на примере выбранных нами для исследования университетов: Уральского федерального университет им. Б.Н. Ельцина (г. Екатеринбург, Россия, далее – УрФУ) и Белорусского национального технического университета (г. Минск, Беларусь, далее – БНТУ).

Обратимся к анализу процессов интернационализации в аспекте создания образовательных услуг.

УрФУ им. Б.Н. Ельцина – это один из ведущих университетов России, который занимает устойчивые позиции в международных рейтингах, успешно применяет лучшие мировые образовательные практики и создает международно-ориентированные программы. На начало 2024 г. В УрФУ представлено большое число международных программ (в том числе – англоязычных) по подготовке бакалавров и магистров в разных отраслях, в том числе – в сфере экономики, маркетинга и рекламы: «Mechatronics and Engineering», «Applied Ethics for Business and Industry», «International Economics and Business», «IT Innovations in Business», «International Management», «PR & Advertising in International Communications», «Applied and International Economics», «Global and Regional Security and Conflict Management» и др. Открыто более 50 англоязычных программ аспирантуры.

По данным, предоставленным Отделом развития международного партнерства и коммуникаций УрФУ, целевой аудиторией программ, прежде всего, являются абитуриенты стран дальнего и ближнего зарубежья, не владеющие русским языком. Партнерами же выступают страны целевых регионов: Ближний Восток и Северная Африка, Латинская Америка, Индийский субконтинент, Юго-Восточная Азия, страны СНГ.

В УрФУ представлены программы на русском и английском языках, также активно применяются методы онлайн-обучения. На некоторых программах методам онлайн-обучения уделено особое внимание («International Management», «IT Innovations in Business», ряд программ для студентов из КНР и др.), поскольку руководители программ и отдельных проектов для их реализации убеждены в эффективности таких методов и специально занимаются исследованиями в этой сфере [7].

Белорусский национальный технический университет (далее – БНТУ) – это один из важнейших университетов Республики Беларусь, который является лидером в области подготовки инженерных кадров. Университет также успешно применяет мировые практики в области образования и активно развивает международное сотрудничество. В число партнеров БНТУ входит около 30 стран, в нем также функционирует Институт Конфуция по науке и технике. На начало 2024 г. в БНТУ представлено множество международно-ориентированных программ, развитием которых занимаются, прежде всего, Международный институт дистанционного образования (МИДО) и Факультет международного сотрудничества. Университет успешно реализует программы разных направлений (на русском и на английском языке, для бакалавров, магистров, специалистов и т.д.): «Экономика и управление», «Программная инженерия», «World Economics», «Business Engineering» и т.п.).

Программы в БНТУ реализуются также на белорусском, русском, английском языках и ряде других иностранных языков, активно используются методы дистанционного обучения, которым в университете уделяется особое внимание.

Далее перейдем к анализу процессов интернационализации в аспекте продвижения образовательных услуг.

С учетом современной ситуации и тренда на цифровизацию ключевым каналом коммуникации с потребителями услуг и партнерами становится Интернет, а инструменты интернет-продвижения зачастую являются наиболее эффективными, особенно – в контексте международного сотрудничества. Вузы активно развивают сайты, контент которых (полностью или частично) представлен на разных языках. Например, сайт УрФУ (<https://urfu.ru/ru/>) использует шесть языков: русский, английский, китайский, испанский, португальский, арабский; сайт БНТУ (<https://bntu.by/university>) использует четыре языка: русский, белорусский, английский, китайский.

Также университеты России и Беларуси создают и развивают аккаунты в социальных медиа (в том числе – на платформах «ВКонтакте», «Telegram»), где могут размещать контент на разных языках. Независимо от программы и конкретной платформы размещения, в материалах делается акцент на высоком качестве,

доступности образования, возможностях и карьерных перспективах, доброжелательном отношении к студентам.

Заключение. На примере ряда вузов России и Беларуси выявлено, что, несмотря на перемены в векторе международного сотрудничества, процесс интернационализации и цифровизации продолжается и в новых реалиях. Вузы РФ и РБ занимаются развитием партнерских отношений, разрабатывают и продвигают международно-ориентированные программы, стремясь к их высокому качеству и эффективной реализации, в том числе – за счет использования обучения на иностранных языках и цифровизации образовательного процесса. Наше исследование не закончено и будет продолжено в ближайшее время.

Работа выполнена по гранту № 23-28-00853 Российского научного фонда; Конкурс 2022 года «Проведение фундаментальных научных исследований и поисковых исследований малыми отдельными научными группами»; тема: «Механизмы развития сложных социально-экономических систем в новых экономических условиях: Союзное государство России и Белоруссии; научно-исследовательский сектор; высшее образование и рынок труда в цифровой экономике».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Высшее образование и рынок труда в цифровой экономике: развитие математических методов и средств исследования сложных экономических систем. Научная монография: Коллектив авторов под общей и научной редакцией д.э.н., к.т.н., проф. Г.В. Астратовой. – Екатеринбург : УрФУ, 2021. – 335 с.

2. Эффекты коронакризиса и новых экономических санкций в цифровой экономике: высшее образование и рынок труда: монография: Коллектив авторов под общей и научной редакцией д.э.н., к.т.н., проф. Г.В. Астратовой. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2022. – 310 с.

3. Николаев, В.К. Экспорт образования в вузах России в условиях новой реальности // Высшее образование в России. – 2022. – Т. 31. – № 2. – С. 149166. DOI: 10.31992/0869-3617-2022-31-2-149-166

4. Маннанов, У.В. Интернационализация высшего технического образования / У.В. Маннанов, Ш. Р. Адилова // Непрерывная система образования «Школа-университет». Инновации и перспективы: сборник статей V Международной научно-практической конференции, Минск, 28-29 октября 2021 г. / Белорусский национальный технический университет; редкол.: О. К. Гусев [и др.]. – Минск : БНТУ, 2021. – С. 175-179.

5. Лицзюнь Го, Погорельская, А.М., Юн С.М. Приоритеты интернационализации высшего образования республики Беларусь и экспорт белорусского образования // Вестник Томского государственного университета. – 2020. – № 460. – С. 138-148. DOI: 10.17223/15617793/460/17.

6. Союзное государство Беларуси и России. От Сообщества к построению единого государства: монография / Р. А. Курбанов, И. Л. Павловская, А. Р. Полыева [и др.]; под редакцией Г. А. Рапотов, Р. А. Курбанова; Постоянный комитет Союзного государства Беларуси и России, Институт правовых исследований и региональной интеграции РЭУ имени Г. В. Плеханова. – М. : Издательство ЮНИТИ, 2017. – 591 с.

7. Кокшаров, В.А. Специфика мотивации китайских студентов к использованию технологии дистанционного обучения русскому языку / В. А. Кокшаров, Г. А. Ткачук, О.А. Чикова // Перспективы науки и образования. – 2023. – №1 (61). – С. 235-251.

УДК 339.138:658.81

МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНЖИНИРИНГ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

канд. техн. наук, доцент Б. А. Железко, ФММП БНТУ, г. Минск

Резюме. Проведен анализ элементов концепции Маркетинг 4.0 в проектах по маркетинговому инжинирингу в условиях цифровой трансформации, а также в решении задач повышения конкурентоспособности инновационных предприятий Беларуси на примере Филиала БНТУ «Опытный завод «Политехник»».

Ключевые слова: маркетинговый инжиниринг, маркетинг 4.0, цифровая трансформация.

Введение. Развитие интернета и социальных сетей, как одного из основных элементов маркетингового обеспечения, позволяет потребителям больше узнать о товарах и услугах, сравнить их и обмениваться мнениями с другими потребителями [1-2]. При этом особо подчеркивается, что в условиях цифровизации мировой экономики ключевым компонентом маркетингового обеспечения следует считать информационное обеспечение маркетинговых коммуникаций, реализуемое современными средствами инфокоммуникационных технологий (ИКТ) [3].

Одним из перспективных направлений совершенствования данного компонента маркетингового обеспечения является маркетинговый инжиниринг, реализуемый в соответствии новыми возможностями, которые предоставляются в процессе цифровой трансформации.

Цель данной работы – анализ основных элементов концепции Маркетинг 4.0 в проектах по маркетинговому инжинирингу в условиях цифровой трансформации экономики, а также в решении задач повышения конкурентоспособности инновационных предприятий Беларуси на примере Филиала БНТУ «Опытный завод «Политехник»».