

ОБРАЗОВАНИЕ



В ПНИПУ говорят, что высокие места в рейтингах приносят важные нематериальные активы, влияющие на репутацию университета

ния, количество иностранных студентов, а также финансовая устойчивость.

Среди российских рейтингов стоит отметить рейтинг RAEX по версии рейтингового агентства «Эксперт РА». В нём учитываются три показателя: условия для получения качественного образования в вузе (вес — 0,5); уровень востребованности работодателями выпускников вуза (вес — 0,3); уровень научно-исследовательской деятельности вуза (вес — 0,2).

В Национальном рейтинге университетов, составленном «Интерфаксом», деятельность вузов оценивается по шести основным направлениям: образование (20%), исследования (20%), социальная среда (15%), международное и межрегиональное сотрудничество (15%), инновации (15%) и бренд университета (15%).(см. таблицу)

Составители рейтингов более 50% информации берут из открытых источников: стандартные формы отчётов для вузов, результаты регулярного мониторинга Министерства образования

ственно не влияют и на предпочтения абитуриентов. «Опыт общения с абитуриентами говорит о том, что для них ключевыми факторами при выборе вуза оказываются содержание обучения, профиль, а также проходной балл и наличие места в общежитии».

В ПГНИУ к вопросу о планах продвижения в рейтингах относятся осторожно, объявляя первоначальной задачей удержание текущих позиций. В политехе же одним из индикаторов успешной реализации программы повышения конкурентоспособности университета на 2016–2025 годы является как раз входжение в мировой рейтинг QS. ПНИПУ будет стремиться попасть и в рейтинг Times Higher Education, в котором уже присутствует классический университет.

Как отмечает Игорь Макарихин, присутствие университета в рейтингах не самоцель: «Это один из способов понять, в какой точке находится вуз и какие усилия нужно предпринимать, чтобы продолжать поступательное движение впе-

«Российской экономике, науке, образованию важно осознавать себя частью мировой конкуренции за человеческий капитал. Для этого надо расстаться с региональным мышлением и добиваться признания и успеха на глобальном рынке»

РФ, электронные базы научных публикаций. Если организаторам требуется дополнительная информация, они присылают в университеты запрос или анкету, данные для которых нужно подтвердить документально.

Ну и что нам с того?

Как отметила Татьяна Ульрих, материальной поддержки за позиции в рейтингах у ПНИПУ нет, но высокие места приносят важные нематериальные активы, влияющие на репутацию университета.

ПГНИУ также не получает дополнительного финансирования со стороны Министерства образования за хорошие позиции в рейтингах. Представители университета отметили, что «для формирования бюджета вуза более важным оказывается выполнение целевых показателей, заявленных учредителем на год вперёд».

Кроме того, по словам Игоря Макарихина, результаты рейтингов суще-

ред. Мы исходим из того, что ни один рейтинг не может произвести качественный срез по всем показателям. Как правило, методика рейтинга сфокусирована на одном-двух направлениях работы вуза, но не охватывает все его существенные особенности».

Любопытно, что значимость рейтингов вузов не отрицают и представители бизнеса. Так, директор по IT консалтинговой компании ООО «Парма-Телеком», кандидат технических наук Евгений Колонский считает рейтинги полезными на практике, но только при условии, что они объективны и общепризнаны, ведь вузы не существуют в вакууме: «Рейтинги, в частности, помогают бизнесу оценить потенциал работника. Российской экономике, науке, образованию важно осознавать себя частью мировой конкуренции за человеческий капитал. Для этого надо расстаться с региональным мышлением и добиваться признания и успеха на глобальном рынке, где конкурируют сильные американские, европейские и азиатские вузы».



Реклама

16 ЛЕТ — ГАЗЕТА ГОРОДСКОГО БОЛЬШИНСТВА

■ Стабильно высокая аудитория*

■ Еженедельный выход 120 тыс. экз.

Получите большинство:

**210-40-28, 210-40-23,
reklama@idk.perm.ru**

Подробнее о рекламных возможностях
«Пятницы» — newsko.ru/ads

* Газета «Пятница» — лидер по величине читательской аудитории среди общественно-политических изданий в Перми, по данным исследования Института «УралИНСО» за 2009-2014 гг. По данным Mediascope (апрель-май 2016 г. «National Readership Survey») каждый выпуск «Пятницы» в среднем читает 143,1 тыс. чел. — максимальный показатель среди не рекламных газет региона.