

Проведение семинарских занятий- это творческий процесс, который требует использования всех форм обучения исходя из целей, стоящих перед преподавателем и особенностей изучаемой проблемы. Наиболее широкое использование интерактивных (диалоговых) методов обучения позволяет развить творческие и коммуникативные особенности будущих специалистов, активизировать процесс познания окружающей действительности.

## **ФРАНЧАЙЗИНГ КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ**

**А.А. Гнутова, С.А. Нечитайло**

При запросе «Франчайзинг в России» в Яндексе, поисковая система выдаёт более 5 миллионов результатов только по российским сайтам и порталам. Практически все наиболее популярные и успешные проекты на современном рынке – результаты разного рода франчайзинговой деятельности.

В сущности, за термином «франчайзинг» скрывается простая рыночная схема аренды. Существует некий эффективный, известный, хорошо зарекомендовавший себя бренд; отработаны технологии достижения результата, прописаны все процессы, стандарты, требования к качеству продукта. Следовательно, можно тиражировать бизнес, перенося успешную модель в другие родственные организации либо создавая их на новых местах. Разумеется, такая аренда стоит денег, а точнее периодических денежных отчислений – роялти, порой достигающих 50-70% чистой прибыли, но создаёт условия для мощного стартового рывка и позволяет войти в систему высоких стандартов. Транслируемая технология – это франшиза; фирма-носитель бренда – франчайзер. А франчайзи — фирма (или человек), арендующая «раскрученный» бренд и получающая впридачу всю технологическую цепочку с гарантиями качества, условия для мощного стартового рывка и позволяет войти в систему высоких стандартов. Далее, хотелось бы более подробнее рассмотреть наиболее выигрышные, на взгляд авторов, варианты применения системы франчайзинга в высшем образовании.

Каков же франчайзинг в высшем образовании? Товаром, или готовым продуктом, выставляемым на продажу, здесь является комплекс образовательных программ, гарантирующих достижение определённого социального эффекта (изменение образовательного или профессионального уровня). Как правило, учебное заведение предлагает на рынке комплекс услуг, объединённых единой задачей и обеспеченных соответствующими ресурсами. При этом надо различать прямую продажу образовательных продуктов (когда программное обеспечение, методические пособия, учебные курсы и т.д. просто покупаются, становясь затем частью чужой образовательной программы) от модельного заимствования – с обязательным включением в общую систему взаимодействия, объединённую маркой разработчика. Передовое образовательное учреждение, обладающее оригинальной концепцией, обучающей технологией, гибкой информационно-управленческой структурой, организует филиалы и поддерживает их работу (через авторский надзор и методическую помощь). Это и есть образовательный франчайзинг.

Особую актуальность образовательный франчайзинг приобретает в настоящее время за счет увеличения интереса к новому направлению развития системы образования, а именно внедрения методов дистанционного обучения с использованием современных педагогических, информационных и телекоммуникационных технологий. Применение образовательными учреждениями франчайзинга позволит создать образовательные сети с использованием дистанционных технологий, тем самым, предоставляя всем желающим равный доступ к качественному образованию.

Яркий пример – Государственный университет «Высшая школа экономики», имеющий сеть филиалов и базовых школ во многих регионах России. И это не просто платный «прокат» бренда, а полноценный сектор работы. Татьяна Клячко (будучи в 2003 г. директором центра образовательной политики ГУ ВШЭ), отвечая на вопросы корреспондента «Учительской газеты» И.Дёминой о специфике франчайзинговой деятельности своего вуза, отметила, что в создание и сопровождение сети филиалов вкладывается очень много сил. Для них организуются специальные библиотечные фонды, готовятся кадры; туда постоянно выезжают преподаватели ВШЭ, читают лекции: «Здесь не просто дали имя и

успокоились, идет планомерная работа, с тем чтобы уровень филиала был достоин материнской марки».

Сейчас в стране активно расширяется практика сотрудничества с зарубежными вузами: преподаются либо отдельные курсы (с выдачей сертификатов – так, например, Уральский государственный университет работает со стэндфордским собратом), либо организуется магистратура под эгидой, скажем, Манчестерского университета (такие дипломы выдает выпускникам Московская высшая школа социальных и экономических наук) или Лондонской Школы экономики (ГУ ВШЭ). Создаются центры тестирования и переподготовки, информационные службы, консультационные пункты, тренинговые компании и т.п. Что должно означать, что в образовательном учреждении есть сертифицированные программы, квалифицированные специалисты и все надлежащие условия для обучения по западным технологиям (аккредитацией и контролем качества образовательных услуг, предоставляемых вузами и их агентами за пределами своих стран, занимается международная организация GATE — Global Alliance for Transnational Education) [1].

Сущность образовательного франчайзинга заключается в том, что между учебными заведениями заключается договор, в котором оговариваются все основные условия сотрудничества, финансовые договоренности и т.д. Обучение учащихся, зачисленных в качестве студентов, заведения-франчайзера проводится по учебным планам и программам франчайзера силами сертифицированных, т.е. допущенных франчайзером к учебным занятиям тьюторов, у франчайзи. По каждой учебной программе имеется специально разработанное франчайзером учебно-практическое пособие. Оно в обязательном порядке имеется у слушателя — потребителя или заказчика образовательных услуг. Занятия по отдельным курсам (дисциплинам) учебного плана франчайзи, который соответствует учебной программе франчайзера, проводят тьюторы.

Франчайзи также осуществляет организацию учебного процесса по отдельным курсам. После изучения каждого отдельного курса слушатели сдают экзамен тьютору, который засчитывается как сданный экзамен у франчайзера. В конечном счёте, после выполнения учебного плана на основе сданных в установленном франчайзе-

ром порядке экзаменов слушателю, обучающемуся у франчайзи, выдается документ об образовании франчайзера. В рамках образовательного франчайзинга гарантию качества курса предоставляет франчайзер, выступая экспертом и контролером в этой области.

Таким образом, владельцы исключительных прав, а именно образовательных программ и технологий, могут продвигать их на новые рынки, в первую очередь на те, которые им по каким-то причинам недоступны. Передача прав может быть осуществлена с различной полнотой в различных ситуациях. Полная передача прав подразумевает право зачислять студентов для обучения по какой-либо программе, оценивать их знания, принимать экзамены и выдавать документы о соответствующем образовании и (или) квалификации. Такой «полный франчайзинг» крайне редок, обычно передается лишь часть прав: например, реклама программы и ее продвижение на рынок, привлечение студентов или преподавателей и пр. Право на присуждение степени практически никогда не отдается.

Согласно этому образовательная франшиза является комплексом исключительных прав по реализации образовательных услуг под фирменным наименованием, производственной маркой и товарным знаком франчайзера на определенных условиях. Владельцы исключительных прав, а именно образовательных технологий и программ, сочетающих в себе продукты интеллектуальной деятельности людей и комплекс образовательных услуг, могут продвигать их на новые рынки, в первую очередь на те, которые им по каким-то причинам были недоступны.

Благодаря этим соглашениям региональные учебные заведения, даже не получив полный франчайзинг, способны предложить учащимся более широкий спектр высококлассных программ, которые они сами не были бы способны разработать.

## Библиографический список

1. Азбука образовательного менеджмента [Электронный ресурс] Франчайзинг с педагогическим лицом; авт. Калужская М. А. – Электрон. дан. – М.: 2005. – Режим доступа: <http://upr.1september.ru/2005/19/2.htm>, свободный. Загл. с экрана.
2. Образовательный франчайзинг [Электронный ресурс] Образовательный франчайзинг. – Режим доступа: [http://bankrabort.com/work/work\\_8154.html](http://bankrabort.com/work/work_8154.html), свободный. Загл. с экрана.
3. Семёнова, А. С. Образовательный франчайзинг: Сущность, принципы построения и функционирования сети: дисс. канд. экон. наук 08.00.05: защищена 2002 / Семёнова Анна Сергеевна; Моск. гос. ун-т экон., статистики и информатики. – Москва, 2002. – 157 с.
4. Университет управления ТИСБИ [Электронный ресурс] Франчайзинг в образовательной сфере ; авт. Бородин Ж.Н. – Электрон. дан. – г. Казань : 2004. – Режим доступа: <http://www.tisbi.org/science/vestnik/2004/issue4/Educate4.html>, свободный. Загл. с экрана.

## ОСОБЕННОСТИ МЕТОДИЧЕСКОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ ДВУХУРОВНЕВОЙ СИСТЕМЫ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**В.А. Курина, В.В. Курина**

Настоящее время характеризуется не только развитием мирового сообщества, но и возрастающей ролью образования, которое активно влияет на его состояние и определяет экономические и социальные основы всей человеческой цивилизации и отдельных государств и народов. Российская Федерация обладает реальным потенциалом, позволяющим ей занимать достойное место в мировом образовательном сообществе. Причём, определяющее значение имеют доступность российского образования, широкий спектр предоставляемых образовательных услуг, высокий уровень квалификации профессорско-преподавательского состава вузов, мощный ресурс, но вместе с тем не полностью реализуемого научно-педагогического потенциала образовательных учреждений.