

Література:

1. Лікарчук Н. В. Особливості застосування релятивного маркетингу в сучасних державах / Н. В. Лікарчук // Гілея. – 2014. – Вип. 90/ №11. – С. 352–355.
2. Окландер М. О государственном маркетинговом регулировании / М. Окландер // Экономика Украины. – 2015. – № 4. – С. 80-81.
3. Другов А. А. Государственный маркетинг как важный фактор совершенствования механизма управления социально-экономическими процессами в обществе / Другов А. А., Сафин А. Р., Сендецкая С. В. // Маркетинг в России и за рубежом. – 2015. – № 4. – С. 20-32.
4. Ромат Є. В. Державний маркетинг / Є. В. Ромат // Національна академія державного управління при Президентіві України ; наук.-ред. кол. : Ю. В. Ковбасюк (голова) [та ін.]. – Т. 2. Методологія державного управління. – Київ : Національна академія державного управління, 2017. – С. 260.
5. Куденко Н. В. Маркетинг при социализме: был или не был? / Н. В. Куденко // Маркетинг и логистика в системе менеджмента : материалы Международной научно-практической конференции. – Львов : Львовская политехника. – 2012. – № 8. – С. 189-191.
6. Бобко О. Соціально-відповідальний маркетинг [Електронний ресурс] : [статья]. – Режим доступа:<http://oldconf.neasmo.org.ua/node/2968> – Станом на 28.02.2021. – Назва з екрана.
7. Василенко И. А. Административно-государственное управление в странах Запада: США, Великобритания, Франция, Германия / И. А. Василенко [Электронный ресурс] : [статья]. – Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Vasil/index.php. – Станом на 28.02.2021. – Назва з екрана.

УДК 378**ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЯК
ОСНОВА УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Дмитрієв І.А., д.е.н., професор
idmiitriyev@gmail.com

Дмитрієва О.І., д.е.н., доцент
oksanahnadu@gmail.com

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Сучасні умови функціонування закладів вищої освіти характеризуються чималим динамізмом та складністю, зростаючою взаємозалежністю усіх процесів. Саме тому для забезпечення якості освітньої діяльності дуже актуальним є на сучасному етапі зміцнювати партнерські стосунки і узгоджені дії на всіх рівнях:

національному, регіональному та міжнародному. У зв'язку з цим у системі вищої освіти інтенсивно розвивається інтернаціоналізація.

В своїх дослідженнях американська асоціація вивчення суспільної думки визначає інтернаціоналізацію як процес інтеграції міжнародних, міжкультурних і глобальних елементів в освітні (педагогічні), наукові й адміністративні функції окремо взятої організації [1, 2].

Інтернаціоналізація вищої освіти - це процес систематичної інтеграції міжнародного компонента в освітньо-виховну, науково-дослідницьку та громадську діяльність вищих навчальних закладів [3].

Одним з головних показників якості освітньої та наукової діяльності та інструментом його забезпечення та підвищення є міжнародна діяльність. В теперішній час спостерігається відсутність єдності думок щодо цілей, завдань та засобів міжнародної діяльності, оскільки багато закладів вищої освіти впроваджують та розширюють її опираючись на своє бачення.

В своєму дослідженні Джейн Найт [4] запропонував наступні показники ефективної міжнародної діяльності у закладах вищої освіти:

- розвиток нових міжнародних мереж та асоціацій;
- зростання числа студентів, викладачів і дослідників, що беруть участь у програмах академічної мобільності;
- збільшення числа курсів, програм і кваліфікацій, які зосереджуються на порівняльних і міжнародних темах;
- приділення більшої уваги розробленню міжнародних/міжкультурних і глобальних компетентностей;
- інтерес до міжнародних тем і спільних досліджень;
- зростаюче число транскордонного постачання академічних програм;
- збільшення позаурочної діяльності з міжнародними або мультикультурними компонентами у кампусі;
- стимулювання залучення іноземних студентів;
- зростання кількості спільних або подвійних дипломів;
- розширення партнерства, франчайзинг, офшорні філії;
- створення нових національних, регіональних і міжнародних організацій;
- нові регіональні та національні державні політики і програми підтримки академічної мобільності та інших ініціатив щодо інтернаціоналізації.

Як бачимо з представлених показників, це великий виклик для вітчизняних закладів вищої освіти з урахуванням обмежених фінансових можливостей. Проте, ця діяльність є механізмом забезпечення якості освітніх послуг та конкурентоспроможності. Тому виникає завдання адаптувати зазначені показники до реалій вітчизняного закладу вищої освіти. Таким чином інтернаціоналізацію закладу вищої освіти можна проводити за чотирма групами показників:

1. Відкритий науково-освітній простір:

- впровадження та реалізація розроблених заходів з інтеграції та інтернаціоналізації в міжнародний науково-освітній простір;
- проведення аналізу міжнародного досвіду з надання освітніх послуг та його застосовування в освітньому процесі;
- залучення здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних працівників до програм академічної мобільності;
- участь у виконанні міжнародних проєктів, програм;
- підвищення рівня володіння іноземними мовами науково-педагогічних працівників;
- активізація он-лайн та інших інноваційних технологій з метою включення закладу вищої освіти, науково-педагогічних працівників та здобувачів вищої освіти до міжнародної спільноти та баз даних.

2. Реалізації програм подвійних дипломів;

3. Міжнародна акредитація освітніх програм та закладу:

- профорієнтаційна робота з іноземними абітурієнтами щодо залучення їх до навчання та забезпечення підготовки фахівців з їх числа;
- формування бази даних іноземних випускників та підтримання з ними зв'язків;
- реалізація науково-технічних робіт на замовлення або за участю іноземних партнерів;

4. Наукові колаборації:

- організація, участь у міжнародних конференціях, семінарах, конкурсах, виставках;

Тривалий час для вітчизняних закладів вищої освіти вимоги щодо євроінтеграції та інтернаціоналізації були доволі абстрактними, що позначилось на процесах міжнародної діяльності.

Таким чином, робота закладу вищої освіти в умовах інтернаціоналізації повинна бути спрямована на наступне:

- забезпечення якості освітніх послуг у відповідності до міжнародних стандартів по всіх елементах;
- залучення інвестицій в освіту та грантового фінансування;
- збільшення кількості іноземних студентів та підвищення якості освітніх послуг, що їм надаються;
- залучення іноземних викладачів та науковців;
- створення міжнародного іміджу, професійний маркетинг університетського брэнда в реальному житті та мережі Інтернет;
- високі позиції у світових та національних рейтингах;
- наукові дослідження високого рівня, здатного залучити гранти та інше фінансування;
- посилення партнерства з бізнесом та орієнтація наукових розробок університету на запити індустрії;
- визнання роботодавцями та успішне працевлаштування випускників або створення ними робочих місць, робота з випускниками після завершення навчання;
- сповідування академічної філософії, побудованої навколо цінностей чесності, взаємопідтримки, поваги до прав та свобод, відповідальності, активного опору корупційним проявам і плагіату.

Активна участь у міжнародній діяльності та співпраці для закладів вищої освіти є способом реалізації своєї місії в сучасних умовах та забезпечення їх конкурентоздатності.

Література:

1. Knight J. Internationalization: A Decade of Changes and Challenges. *International Higher Education*. 2008. N50. P. 6-7. American Association for Public Opinion Research.
2. Інтернаціоналізація вищої освіти в Україні: методичні рекомендації / Л. Горбунова, М. Дебич, В. Зінченко, І. Сікорська, І. Степаненко, О. Шипко / За ред. І. Степаненко. – К.: ІВО НАПН України, 2016. 158 с.
3. Ліхачов В. К., Добровольська Л. М., Ляховська Т. Ю., Тарановська О. О., Макаров О. Г. Інтернаціоналізація вищої освіти в умовах сьогоденної України // СМБ. 2013. №2-1 (37). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internatsionalizatsiya-vischoyi-osviti-v-umovah-sogodennoyi-ukrayini>
4. Knight, J. (2008). Higher education in Turmoil. The changing world of internationalisation. Rotterdam, the Netherlands: Sense Publishers. P. 3.