Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:
https://stuservis.ru/magisterskaya-rabota/13147

Тип работы: Магистерская работа

Предмет: Образовательная политика

Содержание
Введение.....3
Глава 1. Состояние рынка образовательных услуг.....6
1.1 Роль и место образования в системе ценностей российских компаний.....6
1.2 Законодательная основа и понятие образовательных услуг.....8
1.3 Основные аспекты и виды бизнес образования.....14
Глава 2. Сравнительный анализ бизнес субъектов в образовательный среде.22
2.1Текущее состояние рынка образовательных услуг.....22
2.2 Анализ конкурентных преимуществ в зависимости от вида образовательной деятельности.....35
2.3 Международные стандарты бизнес-образования и российская практика 45
Глава 3. Оценка экономической эффективности от применения технологий бизнес-образования.....49
3.1 Оценка экономической эффективности БО на примере компании "Бизнес-Мастер".....49
3.2 Влияние бизнес-образования на стратегию развития компании.....54
3.3. Рекомендации по использованию программ бизнес-образования.....61
Заключение.....71
Список литературы.....72

Введение
Актуальность исследования. Вопросы получения личного и специального образования, повышения и переподготовки профессиональных знаний и навыков, всегда были и остаются актуальными для каждого из нас. Но в последние десятилетие, с приходящими с запада идеями об "обучающейся организации" и важности развития человеческого капитала, многие компании стали рассматривать процессы образования, как неотделимую часть в долгосрочной стратегии развития и фактором успешного функционирования компании.
Работодатели понимают, что сегодня, в условиях рыночной конкуренции, невозможно успешно вести свой бизнес, основываясь на старых принципах работы, когда система статична, нет инициативы от сотрудников, не внедряются новые модели поведения, что в конечном итоге может привести к закрытию бизнеса. Даже те компании, которые были с теневым прошлым и большими административными рычагами, сегодня ясно осознают что эти факторы уже далеко уходят на второй план и в новых условиях надо двигать уже совершенно по другому сценарию, чтобы бизнес остался. В открытой рыночной экономики очень явно бросается в глаза, если есть несоответствие образа и содержания.
Сегодня, в век высоких технологий, повсеместной информатизации и огромного информационного потока, необходимо быть готовым к новым вызовом как в личной так и профессиональной среде, а помочь нам в этом могут профессионалы в сфере бизнес-образования, снабжая нас необходимой информацией и делясь практическим опытом.
С активным развитием бизнес-образования, в эту сферу всё чаще приходят неквалифицированные специалисты, снабжая рынок посредственными курсами и тренингами. Многие работают без получения лицензии и закон им это не воспрещает, количество экспертов с небольшим опытом и неподготовленным материалом, очень велико. Даже организации у которых есть лицензии на ведение образовательной деятельности, под громкими названиями своих направлений обучения и желанием провозгласить высокое качество своих услуг, ничем на практике это не подтверждают, а делают лишь это с рекламными целями.
Все это ведет к тому что на нашем рынке образовательных услуг для бизнеса очень мало квалифицированных специалистов и организации, что представляет серьезную угрозу для данной сферы. В первую очередь это выражается в отказе многих желающих как физических так и юридических лиц,

заниматься вопросами образования и повышения квалификации. Хотя есть и другая проблема, многие предприниматели, просто не верят что с помощью повышения качества своего рабочего капитала, можно достичь совершенно других высот, выйти на новый уровень развития компаний и построить слаженную команду.
Для обычных людей, преградой для развития своего образования, становится дороговизна данных услуг, многим кажется что затраты того не стоят. На практике же оказывается совершенно по другому, со временем вложенные в своё развитие средства, окупаются в десятки раз. Обновив свои знания и навыки, мы получаем возможности для карьерного и духовного роста, это помогает нам быть более уверенными в сегодняшнем и завтрашнем дне.
Конечным потребителем образовательных услуг является конкретный индивид, который служит материальным носителем образовательного, профессионального, культурного и духовного потенциала и использует его не только для последующего создания общественных благ и улучшения своего материального положения, но и для удовлетворения своих нематериальных потребностей (культурных, духовных, познавательных и т. п.)
Теоретическая база исследования
Объект исследования - рынок бизнес-образования .
Предмет исследования - зависимость развития ранка от технологий и социально-экономического развития страны.
Цель исследования - определить тенденции развития бизнес образования.

Задачи:
1. Рассмотреть информационный подход к понятию образовательной услуги и бизнес-образованию.
2. Рассмотреть влияние бизнес-образования на развитие человека и организации.
3.Выявить проблемы и возможности по совершенствованию бизнес-образования в России.
4. Оценить эффективность бизнес-образования на примере организации.

Эмпирическая база исследования: мониторинг материалов электронных деловых, специализированных и печатных изданий, аналитический обзор HR-мероприятий.
По структуре данная работа включает введение, 3 главы, каждая из которых состоит из 3 пунктов, заключение и список литературы.

Глава 1. Состояние рынка образовательных услуг

1.1. Роль и место образования в системе ценностей российских компаний.

Образование – это тот процесс, без которого сегодня невозможно представить современного человека. Это одна из самых важных вещей в жизни, потому что без него, мы не можем внести свой вклад в развитие мира или зарабатывать для своего существования. Знание – сила. Знания придают нам силы двигаться дальше, свободно идти по жизни и добиваться успеха в различных её аспектах, семье, работе, обществе.
Необходимость повышения уровня знаний стоит перед каждым из нас, мир ежедневно меняется, совершаются новые открытия, устаревают технологии, появляются новые, это заставляет нас быть постоянно готовым к таким изменениям. Особенно остро, стоят эти вопросы перед организациями, предпринимателями, которые просто обязаны соответствовать текущим тенденциям в обществе и мире, иметь возможности для опережения конкурентных действий, чтобы сохранить и преумножить свой бизнес.
Можно перечислить множество факторов для успешного существования и развития бизнеса, но главной из них, это человеческий капитал организации.
По определению профессора, кафедры УЧР, МФПУ "Синергия" Алавердова А.Р: "Человеческий капитал– это совокупность имеющихся у организации наемных работников, обладающих профессиональными компетенциями, физиологическими и личностными качествами, полезными для работодателя и нуждающимися в непрерывном развитии. Человеческий капитал позиционируется в качестве необходимой составляющей совокупного капитала любого хозяйствующего субъекта. Развитие человеческого капитала организации в современных условиях реализуется в форме не столько увеличения его количественных параметров (т.е. механического приращения численности персонала), сколько улучшения его качественных

характеристик".
Сегодня, всё чаще в миссиях и ценностях компании можно увидеть, декларирование как одной из первостепенных задач компании– непрерывного профессионального обучения своих сотрудников, развитие собственных учебных центров. Таким образом, эти действия позволяют не только привлечь качественные кадры, но и благоприятно сказываются на внутреннем и внешнем имидже компании.
В частности, об этом можно узнать из официальных документов – Сбербанка, Майрософта, Росатома и многих других отечественных и зарубежных компании. Компании все чаще выбирают путь "обучающейся организации".
Отведение особой роли и важности человеческого капитала и его развития, должно быть отражено не только в кадровой политики, но и стратегии компании. Сотрудники должны знать что их работодатель, заинтересован в них и готов использовать ресурсы на повышение их профессионального уровня. Эти меры помогут сплотить коллектив, улучшить корпоративный дух и создать условия для непрерывного роста компании.
Таким образом, повышение квалификации работников становится неотъемлемой составляющей процесса управления организацией. Однако российский опыт показывает, что для подавляющего числа компаний, особенно из среднего и малого предпринимательства, данные аспекты не рассматриваются вообще, или носят поверхностный характер. Это связано прежде всего с тем, что обучение работников не учитывается компаниями как один из самых значительных ресурсов в повышении эффективности их работы. Вместе с тем, современная система бизнес-образования исходит из того, что качество обучения персонала для любой организации самым непосредственным образом связано с качеством управления, а значит, и с эффективностью работы компании, и с уровнем ее конкурентоспособности. Актуальней всего вопросы образования проявляются когда компания находится на пути организационного изменения, когда меняются привычные схемы и подходы к работе и от того, на сколько оперативно и правильно будет произведен процесс обучения новым стандартам, будет завесить эффективность новой модели. В то время как повышение квалификации, как и приобретение знаний, навыков и умений, позволяет достичь цели за более короткий срок, поскольку направлено на последовательное совершенствование профессиональных знаний и рост мастерства по имеющейся у работника профессии. Осознание компаниями важности обучения персонала составляет основу для последующего формирования внутренней системы повышения квалификации. Этому должно способствовать выявление потребностей в обучении на основании оценки персонала.

1.2 Законодательная основа и понятие образовательных услуг.
Каждый из нас старается тратить деньги с умом, по необходимость и с наибольшей отдачей. Когда мы подходим к вопросу получения образования, повышения квалификации или курсов для личного развития, мы хотим быть уверены что организация которая оказывает данные услуги, не обманет нас а их учебный материал и профессионализм их сотрудников будет на высшем уровне. То же самое относится и к юридическим лицам, которые собираются провести обучение для своих сотрудник или отдельных департаментов. Но для российского менталитета, не всегда привычно делать какие-то предварительные исследования, перед покупкой услуги. Нам характерно верить словам, отзывам других людей, рекламе, что в конечном итоге может вылиться не в тот результат который мы ожидали. И так, разберем что сегодня представляют из себя образовательные услуги и как на законодательном уровне они регулируются.
По определению Ф. Котлера услуга - это любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосязаемы и не приводят к завладению чем-либо». Согласно классической теории маркетинга, услугам присущ ряд специфических характеристик, отличающих их от товара и которые необходимо учитывать при разработке маркетинговых программ. Эти характеристики следующие:
Неосязаемость. Услуги невозможно увидеть, попробовать на вкус, услышать или понюхать до момента приобретения.
Неотделимость от источника. Услуга неотделима от своего источника, ее осуществление возможно только в присутствии производителя.
Непостоянство качества. Качество услуг колеблется в широких пределах в зависимости от их производителей, а также от времени и места их оказания.
Несохраняемость. Услугу невозможно хранить для последующей продажи или использования.
По определению, принятому 20-ой сессией Генеральной конференции ЮНЕСКО, под образованием понимается процесс и результат совершенствования способностей и поведения личности, при котором она

достигает социальной зрелости и индивидуального роста. В Законе Российской Федерации «Об образовании» дается следующее определение образования - «целенаправленный процесс воспитания и обучения в интересах человека, общества, государства, сопровождающийся констатацией достижения гражданином (обучающимся) установленных государством образовательных уровней (образовательных цензов)».

В то же время образование как отрасль представляет собой «совокупность учреждений, организаций и предприятий, осуществляющих преимущественно образовательную деятельность, направленную на удовлетворение многообразных потребностей населения в образовательных услугах, на воспроизводство и развитие кадрового потенциала общества». Главной целью образования как педагогического процесса, его миссией является приращение ценности человека как личности, работника, гражданина.

Основным видом деятельности учреждений образования является создание образовательных услуг. Что скрывается за термином "образовательная услуга"? В чем ее отличие от других видов услуг?

Анализ отечественной литературы и периодики показал, что среди исследователей, изучающих данную проблему, единого мнения по поводу того, что же считать образовательной услугой, отсутствует. В связи с этим постараюсь выделить лишь основные подходы, см.Приложение 1.

Наиболее распространенный из них под образовательными услугами понимает «систему знаний, информации, умений и навыков, которые используются в целях удовлетворения многоликих потребностей человека, общества и государства».

Согласно другому подходу услуга образования в процессе потребления трансформируется в рабочую силу, качество которой зависит не только от совокупности потребленных образовательных услуг, но и от количества и качества личного труда, затраченных в процессе потребления этих услуг, личных способностей, степени их реализации и других субъективных факторов. Поэтому в рамках этого подхода следует отличать совокупность знаний, умений, навыков, которая является продуктом совместного труда преподавателя и обучающегося, от образовательных услуг, потребленных обучающимся, которые суть продукт труда преподавателей. Таким образом, «именно образовательные услуги (т.е. совокупность труда преподавателей), а не знания, умения, навыки, как это часто утверждается в литературе, могут рассматриваться как товарная продукция учебного заведения».

Таким образом, можно заключить, что образовательная программа - это комплекс образовательных услуг, нацеленный на изменение образовательного уровня или профессиональной подготовки потребителя и обеспеченный соответствующими ресурсами образовательной организации. Итак, образовательную услугу характеризует:

• отсроченность выявления результативности;
• зависимость результатов от условий будущей работы и жизни обучившегося;
• необходимость дальнейшего сопровождения услуг;
• зависимость приемлемости услуг от места их оказания и места проживания потенциальных обучающихся;
• невозможность перепродажи;
• необходимость лицензирования (п. 6 ст. 33 Закона РФ «Об образовании» гласит: «Право на ведение образовательной деятельности … возникает у образовательного учреждения с момента выдачи ему лицензии (разрешения)»); - конкурсный характер (этот признак в основном проявляется в большинстве государственных высших учебных заведений);
• относительно молодой возраст потребителей образовательных услуг и другие.

Образовательные услуги, как и любой товар, реализуются на рынке, который понимается как совокупность существующих и потенциальных покупателей и продавцов товара. Рынок образовательных услуг, в этом случае, представляет собой рынок, на котором взаимодействуют спрос на образовательные услуги со стороны основных хозяйствующих субъектов (отдельных личностей, домохозяйств, предприятий и организаций, государства) и их предложение различными образовательными учреждениями. Помимо производителей и потребителей образовательных услуг в состав участников рыночных отношений в этой сфере входят широкие круги посредников, включая службы занятости, биржи труда, органы регистрации, лицензирования и аккредитации образовательных учреждений, образовательные фонды, ассоциации образовательных учреждений и предприятий, специализированные образовательные центры и др. Все эти субъекты содействуют эффективному продвижению образовательных услуг на рынке и могут выполнять такие функции, как информирование, консультирование, участие в организации сбыта образовательных услуг и ресурсной поддержки образования.

Кроме того, отличительная особенность рынка образовательных услуг заключается в значительной роли государства и его органов управления. В частности к их специфическим функциям в сфере образования

относятся:
создание, поддержка и укрепление благоприятного общественного мнения, позитивного имиджа образовательных институтов;
гарантирование гуманистичности образования, единства федерального культурного и образовательного пространства, общедоступности и адаптивности образования, его светского характера, свободы и плюрализма, демократизма управления и автономности образовательных учреждений;
финансирование образования и предоставление гарантий для долгосрочных инвестиций других субъектов в эту сферу;
применение налоговых льгот и иных форм регулирования рынка в целях развития приоритетных специальностей, форм и методов подготовки специалистов, образования в целом;
лицензирование и аттестация образовательных учреждений и программ по ассортименту и качеству услуг;
информационное обеспечение образовательных учреждений и др.
Согласно статьи 780 ГК РФ исполнитель обязан оказать услуги лично. Образовательная организация – исполнитель должна соответствовать определенным требованиям. Для обеспечения реализации ФГОС законодательство предусматривает лицензирование образовательной деятельности. Требования к соискателям лицензии на осуществление образовательной деятельности и лицензиатам установлены Положением о лицензировании образовательной деятельности, утвержденным постановлением Правительства РФ от 28 октября 2013 г. № 966 [7]. На сайте образовательной организации согласно Постановлению Правительства от 10 июля 2013 г. № 582 предусмотрено опубликование разнообразной информации, которая дает представление об исполнителе и оказываемых образовательных услугах. Информационная открытость образовательной организации, публикуемые рейтинги вузов обеспечивают возможность правильного выбора услуги потребителями. Качество услуги зависит от мастерства, квалификации сотрудников. Наличие педагогических работников, имеющих квалификацию, необходимую для осуществления образовательной деятельности по реализуемым образовательным программам, является одним из условий лицензирования. Требования к уровню профессиональной подготовки профессорско-преподавательского состава высоки, что следует из профессионального стандарта «Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования», утвержденного 8 сентября 2015 г. № 608н. В содержании труда педагогических работников акцент смещается на методическую работу, изменяются формы подачи учебного материала при электронном и дистанционном обучении.
Но не будем забывать, что вопросы регулирования в основном касаются получения начального , среднего и высшего образования. Для компаний которые работают с бизнес-образованим не характерно наличие специальной "лицензии", они работают на основе простого договора, который регулируется законом РФ от 07.02.1992 г. №2300-1 «О защите прав потребителей» (далее Закон о защите прав потребителей). Это дают возможность многим организациям, свободно оказывать образовательные услуги, не отчитываясь и не проходя проверки профильных организации, что в итоге сказывается на качестве подобных услуг.

1.3 Основные аспекты и виды бизнес-образования.
Бизнес-образование – термин, появившийся сравнительно недавно. Это не только процесс получения знаний в классическом понимании этого слова. Основная цель здесь – возможность практического применения. Если сегодня в институтах и университетах главенствует принцип «изучить», то в этой системе его вполне правомерно следует заменить принципом «научить». В основном, такие программы обучения направлены на специалистов, уже имеющих диплом вуза, занимающих управленческие должности и при этом стремящихся расширить свой профессиональный кругозор. Рассматриваются как конкретные аспекты, связанные с руководством компанией, так и личностные вопросы.
Можно выделить несколько больших сфер, относящихся к данной области:
• все возможные программы бизнес-школ, нацеленные на получение новых знаний и навыков, позволяющих управлять компанией любой отрасли,
• коучинг, помогающий достичь баланса между личными и профессиональными целями.
Имеется возможность выбора как больших курсов, так и прикладных, рассчитанных на решение конкретных проблем.
Бизнес-образование в России изначально строилась по калькам западного образца. Однако, время показало неполную востребованность прозападных курсов в отечественных реалиях. Поэтому, многие программы были переориентированы в соответствии с конкретными запросами слушателей и нацелены на решение актуальных российских бизнес-проблем.

По мнению современных ученых (например, доктора физико-математических наук, являющегося одновременно деканом высшей школы менеджмента ГУ-ВШЭ, С. Филоновича) в России можно выделить несколько крупных ответвлений в этой области:

• формально-традиционное, здесь речь идет о получении диплома магистра или бакалавра. В России он все еще пользуется популярностью, хотя на Западе больше ценится наличие практического опыта, сюда также можно отнести получение второго высшего и переподготовку,

• MBA-программы;

• разработки центров бизнес-образования, затрагивающие определенные аспекты администрирования и управления.

Некоторые специалисты отмечают, что несмотря на довольно большое количество предложений, действительно полезных среди них найдется не так уж много. В связи с этим необходимо максимально тщательно относиться к их выбору.

Государственное бизнес-образование реализуется в четырех моделях:

Традиционное высшее, получаемое в различных университетах. Здесь имеет место подготовка специалистов в сферах предпринимательства, бизнеса и менеджмента. Среди плюсов можно назвать внушительную материально-техническую базу учебных заведений. Среди минусов (хотя в некоторых случаях это может быть плюсом) нужно отметить узкую специализацию выпускников, вследствие чего могут отсутствовать навыки масштабного мышления.

Профессиональная переподготовка. В данном случае отмечается абсолютно иной состав слушателей, многие из них люди это люди в возрасте, уже имеющие определенный практический опыт. Также здесь требуется и совершенно иной тип преподавателей – на программах переподготовки востребованы не столько профессора с высоким уровнем знаний, сколько кадры, имеющие помимо квалификации обширную практику. От первого высшего образования переподготовка отличается меньшей формальностью, более творческим характером курсов. Такая программа позволяет занять управленческую должность, но о каком-то высоком положении речи не идет. В числе последних трендов можно отметить переподготовку без отрыва от работы. Этот вид становится все более популярным среди некоторых компаний, но большого распространения пока не получил.

Повышение квалификации. Отличается более узкой профессиональной направленностью, глубоким изучением конкретных тем. Часто такие программы разрабатываются на основе запросов профессиональных сообществ или групп.

MBA-программы. Они направлены непосредственно на формирование качеств профессионального менеджера, способного управлять на определенном уровне в любой компании и в любой должности. Как правило, предназначены для людей, уже имеющих за плечами определенный практический опыт. Их цель – достижение абсолютно нового уровня, когда мы можем говорить уже об управленце-профессионале высшего класса. К данным программам имеются определенные государственные требования. Настоящие, сертифицированные курсы MBA могут реализовываться учебным заведением только при наличии у него государственной аккредитации. Все эти меры были призваны поднять данную область образования на высокий уровень, что и было сделано. Сегодня эта сфера оказала глубокое положительное влияние как на экономику РФ, так и на административные ресурсы.

Российская ассоциация

Огромный вклад в развитие данной отрасли внесла Российская ассоциация бизнес-образования. У ее истоков стоят знаменитые руководители первых российских бизнес-школ – Буренин В.А., Евенко Л.И., Мануковский А.Б. Создавалась РАБО с целью обеспечения взаимодействия и координирования школ, а также приведения их деятельности к единому знаменателю. Только на первом собрании РАБО присутствовало более 20 руководителей разных компаний, оказывающих услуги в данной сфере. Нужно отметить, что ассоциация не относится к ряду государственных или коммерческих. Однако, прослеживается ее явное влияние во всех проектах, связанных с бизнес-образованием.

Главным достижением ассоциации можно считать деятельность по совмещению зарубежного и отечественного опыта, выработку определенного подхода, которые ныне применяется во всех учреждениях, практикующих подобную деятельность.

Своей целью РАБО позиционирует создание атмосферы инноваций в образовании, а также способствование формированию специалистов, навыки которых будут соответствовать стандартам мирового уровня.

На данный момент в состав ассоциации входят 150 организаций. Два раза в год выходит журнал «Бизнес-образование», в котором обсуждаются насущные проблемы этой отрасли, а также обсуждаются и декларируются стратегии и планы дальнейшего развития.

Несмотря на стремительное развитие сферы бизнес-образования, предпринимателей и бизнесменов, вопрос «Нужно ли образование для бизнеса?» по-прежнему не теряет актуальности. Действительно, ценность образования иногда ставится под сомнение. Многие придерживаются мнения, что даже наличие университетского диплома не имеет значения на начальных этапах развития компании. В дальнейшем, чем стремительнее разрастается фирма, чем более расширяется ее товарооборот, тем ярче проступает необходимость привлечения профессиональных кадров.
На самом деле, наличие образованных специалистов необходимо уже с первых дней существования компании. Доказано, что первые три года - настоящая проверка предприятия на жизнеспособность. Часто молодые компании терпят поражение именно из-за низкого качества управления и отсутствия у руководства элементарных знаний о законах предпринимательства. На последующих этапах роста, владельцев, не имеющих бизнес-образования, также ждут различные потрясения.
Для повышения уровня квалификации и расширения профессионального кругозора можно воспользоваться услугами такого учебного заведения, как центр бизнес-образования. Необходимо обратить внимание, что этот путь подходит в большинстве случаев для специалистов, уже имеющих базовые навыки и желающих их улучшить. Здесь клиенту предложат достаточно широкий спектр программ для обучения – от однодневных бизнес-семинаров и тренингов до многомодульных бизнес-стратегий, в том числе и от зарубежных коллег. Доступно и MBA-обучение.
Все программы разрабатываются с учетом того, что у слушателей может быть разный уровень опыта. Например, кому-то будет интересна финансовая школа, в которой имеются программы для ТОП-менеджеров и руководителей. Некоторые из курсов могут быть направлены на личностное развитие и обучение таким навыкам, как осознание собственной силы, расширение интеллектуальных горизонтов, быстрое обретение новых знаний в необычных условиях.
Сегодня бизнес-тренеры и преподаватели ищут новые подходы, совмещая традиционные методы обучения и формирования навыков не только с практическим подходом, но и с альтернативными методиками, в числе которых можно отметить и область нетрадиционной психологии.
Магистр (или мастер) делового администрирования, MBA - квалификационная степень, подразумевающая способность квалифицированно и эффективно выполнять работу по бизнес-администрированию предприятием на высоких или высших должностях. Срок обучения в различных бизнес школах зависит от начальной подготовки обучаемого и конкретной программы. В среднем, образовательный курс занимает от 2 до пяти лет, но существуют и мини-курсы, и дистанционное обучение MBA.
В России школы бизнеса MBA в последнее десятилетие получили значительное распространение. Поскольку не существует общего стандарта на квалификацию магистра (или мастера) MBA, разные школы бизнеса предлагают собственные различные программы подготовки. Поэтому сегодня перед желающими получить диплом мастера делового администрирования встает немаловажная задача - выбрать школу, предлагающую качественное бизнес-образование, диплом которой будет ценится потенциальными работодателями. В последние годы программы бизнес обучения могут лицензироваться высшими учебными заведениями, как программы дополнительного образования.
Важный момент заключается в том, что диплом о квалификации MBA основной части российских школ бизнеса может не быть признан зарубежными работодателями. В некоторых случаях эта проблема решается партнерским соглашением ВУЗа и его бизнес-школы с иностранным университетом. Некоторые программы предусматривают выездные модули обучения в зарубежных бизнес-школах, с получением их сертификатов о бизнес-образовании.
Основные требования к желающим получить дополнительное бизне-образование следующие: наличие высшего образования, наличие опыта работы не менее (X - может отличаться в различных школах) лет, успешное прохождение собеседования (выявляется наличие мотивации для серьезной работы на программе), прохождение вступительного теста по общему менеджменту и (иногда) по другим дисциплинам.
Согласно некоторым исследованиям, в настоящее время в России специалисты, прошедшим обучение по программе MBA, наиболее часто получают предложения по трудоустройству с заработной платой в диапазоне от 5000 до 12 000 у.е.

Глава 2. Сравнительный анализ бизнес субъектов в образовательный среде.

2.1Текущее состояние рынка бизнес-образования.

Хотя данный рынок проходит еще этапы становления, он уже сейчас может удовлетворить практически любые требования заказчика, будь то маленькая или большая компания.

В следствие этого, рынок образовательных услуг, один из самых быстрорастущих сфер предпринимательства в нашей стране.
Данный рынок представляют, преимущественно небольшие коммерческие компании и бизнес-тренеры, в основном без лицензии на право осуществления образовательной деятельности, узко специализирующиеся на определенной тематике. Данные компании делают основный упор на мультимедийные и дистанционные технологии обучения.
Дистанционные технологии обучения - это взаимодействие субъекта и объекта образовательного процесса, на значительном расстоянии друг от друга, с возможностью для обучающегося к непрерывному получению знаний, посредством современных информационных и телекоммуникационных технологий.
При данном виде обучения, у клиента нет необходимости подстраивать свой график под учебные занятия, он всегда может продолжить с того места, на котором остановился, обновить знания по пройденному материалу. Также, плюсами данного вида, будет его относительная дешевизна, по сравнению с другими формами обучения.
Мультимедийные технологий - это взаимодействие визуальных и аудиоэффектов под управлением интерактивного программного обеспечения с использованием современных технических и программных средств, они объединяют текст, звук, графику, фото, видео в одном цифровом представлении.
Выделяют и гипермедиа – это компьютерные файлы, связанные посредством гипертекстовых ссылок для перемещения между мультимедийными объектами.
Среди основных видов образовательных услуг для бизнеса, выделяют следующие;
1. Деловые практикумы, круглые столы, конференции - на них собирают большие группы людей из одной сферы, проводится серия выступлений спикеров в рамках определенной тематике, к мероприятию идет тщательная подготовка, может длится несколько дней.
2. Тренинги, деловые игры, case-study- в основном для групп до 20 человек, мероприятия проходит в специальных помещениях, клиенты активно внедрены в процесс получения и анализа информации, вырабатываются конкретные модели поведения в определенных ситуациях.
3. Вебинары - для данного вида обучения, характерной особенностью является проведение удаленного процесса обучения в режиме реального времени, посредством наличия устройств ЭВМ и доступом в интернет. Носят более длительный характер обучения, есть возможность взаимодействовать с преподавателем.
4. Консалтинговые услуги - самый дорогостоящий вид услуг, применяется при решении различных задач, начиная с небольших проблем, до внедрения более передовых практик и технологий в области обучения и развития персонала.
5.Лекции- рассчитаны на передачу большого объема информации, менее интерактивны, требуют от обучающегося постоянного включения и запоминания, рассчитаны на большие аудитории, в основном монолог ведущего, рассчитаны на длительный курс преподавания.
6.Семинары- объемы материала меньше, выборочный и сжатый материал, подготовленный в рамках определённой темы выступления, активное взаимодействие с участниками, обсуждение вопросов, небольшое количество участников.
7. Печатные и информационные ресурсы- доступ к обучающим материалам для самообучения, на материальном(бумажном) или мультимедийном носителе.
В последнее время, все меньше можно увидеть конкретный вид обучения, все больше становится комбинированных форм передачи и получения информации, посредством более глубокого внедрения мультемедийных технологий, новых практик преподавания.
Итак, выделяя основных участников рынка образовательных услуг в сфере бизнес-образования, стоит отметить что они немного разные в зависимости от потребителя. Есть организации которые ориентированы на частные и государственные компании и учреждения, а есть, кто работает только с физическими лицами. Схематично это выглядит так;
Рис.1

Субъекты бизнес-образования.

К сожалению, одна из больших проблем рынка бизнес-образования (прежде всего в России) - это малое количество статистики и нехватка основных цифр, характеризующих емкость рынка. Поэтому для

понимания основных ключевых точек развития рынка бизнес-образования воспользуемся опытом развития Европейских стран и США. В дополнение проведем сравнение с рынком консалтинга. Это возможно потому, что рынок консалтинга традиционно близок к рынку бизнес-образования. Известно, что многие консультанты и консалтинговые агентства проводят семинары, читают лекции в бизнес-школах. Так же и преподаватели бизнес-школ оказывают консультационные услуги, как в России, так и в других странах. При этом по рынку консалтинга как раз накоплено большое количество информации, которая позволяет сделать весьма интересные выводы.

Рассмотрим основные показатели конъюнктуры рынка консалтинговых услуг. При этом значение имеет не только статичный показатель, но и динамический или вариационный процесс, определяющий основные тенденции и их устойчивость. Тенденции развития рынка могут быть наглядно выражены графически (рис.1).

Рис. 1. Выручка 10-Топ консалтинговых компаний в 2006–2010 гг. (без учета компаний большой четверки и BDO), млн руб.

Рассчитано по данным рейтингового агентства «Эксперт РА» — http://www.raexpert.ru

Современный рынок консалтинговых услуг в России динамично развивается, что отражается в росте объемов консультационной деятельности: за последние 5 лет выручка консалтинговых компаний увеличилась в 1,8 раза.

Обычно выделяются и являются востребованными на сегодняшний день следующие виды консалтинговых услуг: общее управление и администрирование; финансовый, юридический, налоговый, маркетинговый, IT-консалтинг; управление кадрами; производственный консалтинг; оценочная деятельность.

В основном все эти сегменты успешно развиваются, в том числе на российском рынке, на что указывают показатели его объема за последние годы. Если в 2006 году объем рынка консалтинговых услуг в России не превышал $1,65-1,85 млрд, то к концу 2011 он составил $2,5 млрд, а уже к 2013 г. поднялся до $3 млрд. Российский рынок консультационных услуг в 2012 году вырос на 20%. Такой результат был обеспечен благодаря резкому (на 28%) росту сектора консалтинга в сфере информационных технологий, на который приходится более половины объема российского рынка консультационных услуг. Если же рассматривать рынок консалтинга без учета IT, рост оказался равным 13%. Кроме консалтинга в области IT, на российском рынке к 2013 году оказались востребованными финансовый, управленческий консалтинг, оценочная деятельность, также налоговый, юридический консалтинг и некоторые другие его виды.

На сегодняшний день рынок консалтинговых услуг успешно развивается, и специалисты в основном прогнозируют устойчивое его развитие в ближайшие несколько лет.

На сегодняшний день по рынку бизнес-образования удалось собрать и оценить вместе цифры по четырем примерам. Это США, Европа в целом, Германия и Россия.

График №1. Рынок бизнес образования в 2010.

Источники: статистические органы, открытые публикации и экспертные оценки специалистов разных стран, анализ агентства «Качалов и Коллеги». Данные на 2010 год.

Сопоставляя среднедушевые показатели рынка консалтинга и бизнес-образования, можно сделать весьма любопытный вывод. В странах с крупным рынком, например, в США и Германии, показатель бизнес-образования на 30 и даже на 70 процентов превышает среднедушевой показатель для рынка консалтинга. К примеру, в Америке на человека приходится 230 долларов бизнес-образование против 180 долларов консалтинговых услуг. В Германии такой разрыв еще более существенен: 200 долларов бизнес-образования на одного человека против 120 долларов консалтинга на одного человека. И, наоборот, чем меньше рынок страны, тем меньше среднедушевой показатель бизнес-образования по сравнению с таким же показателем консалтинга.

Например, в России показатель бизнес-образования на одного человека примерно полтора доллара в год. При этом консалтинг практически в три раза выше и составляет около пяти долларов за год.

Аналогичная ситуация наблюдается и в других развивающихся странах. С нашей точки зрения, это объясняется двумя причинами.

Первая: для формирования высокого уровня потребления образования в стране необходимо наличие качественного продукта, а именно преподавателей и разработанного материала, в том числе с учетом

специфики действия бизнеса в данной стране.
Вторая: необходим сформировавшийся спрос на образовательные услуги как со стороны самих компаний, так и со стороны отдельных людей. Это возможно только при большом уровне дохода, который, как и в случае с консалтингом, превышает показатели в 1'000-1'200 долларов на человека в год. Именно в этот момент, как правило, наблюдается резкий рост потребления бизнес-услуг во всех странах. Кстати, именно это объясняет взрывной рост рынка бизнес-образования в Москве в ещё в 2003-2004 годах, когда средний доход жителя Москвы превысил рубеж 1'000 долларов и подошел к отметке в 1'100 долларов.
Емкость Рынка Бизнес Образования в России: рост до $ 2.5 миллиардов к 2018.
В 2010 году рынок бизнес-образования в России составляет около пятисот миллионов долларов. Для получения этой цифры использовалось несколько источников и подходов.

Список литературы

1. Агапова Л.В. Подходы к определению конкурентоспособности услуг в области образования // Проблемы коммерциализации науки и управления интеллектуальным продуктом. - СПбГИЭА. - СПб.: 2009.
2. Айнштейн В. Что будет, если все так и будет? М. 20012
3. Алексеева М.Б. Системное управление подготовкой профессионалов (методология и методы). СПбГИЭА. - СПб. 2014.
4. Алешина И. Корпоративный имидж // Маркетинг. 2008
5. Амосов Б.А. Правовые основания платного образования // Вуз и рынок. Кн.1. М., 2009
6. Анисова И. МВА: учеба по направлению // Компания, 2012
7. Афанасьева Л.К. О критериях конкурентоспособности предприятия // Проблемы становления и развития новых экономических отношений : Сб. научн. статей аспирантов. Отв. ред. А.К.Казанцев. СПб.: СПбГИЭА, 2005
8. Баркан Д.И. Практический маркетинг. Управляем фирмой в условиях рынка. JL, 2011.
9. Баркан Д.И., Ходяченко. Практический мркетинг. 2013
10. Богачев Е.Н. Методология нового хозяйственного механизма в высших учебных заведениях в условиях рынка. М., 2015
11.Бухвалов А. Экономика как она есть // Экономическая школа 2009
12. Вихановский О. Кто приведет к рынку?//Вопросы экономики.2009
13. Вопросы изучения экономических аспектов конкурентоспособности товара // Приложение к БИКИ.2013
14. Герчикова И.Н. Маркетинг. 4.1. Методические рекомендации по организации маркетинговых исследований. М., 2011.
15. Герчикова И.Н. Маркетинг. 4.2. Система показателей для проведения маркетинговых исследований. М., 2011.
16. Гидаспов И., Данькина Н. МВА по цене подержанной иномарки // Компания, 2013
17. Дихтль Е., Хёршген Х. Практический маркетинг. М.: Высшая школа, ИНФРА-М. 2014
18. Кашани К. Маркетинг изменяется, чтобы выжить? // Маркетинг. 2011.
19. Климовский Г., Крылов И., Жеребцов О. Обучение вносит в компанию стабильность // Деловой Петербург, 2013.
20.Котлер Ф. Основы маркетинга. М: Прогресс. 2014.
21. Крокинская О.К., Кащеев В.Д., Смирнова Е.Э. Новые формы образования как рынок образовательных услуг. М.: НИИВО. 2007.
22. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. СПб., 2012
23. Лысенко А. Центры бизнес-образования в конкурентной борьбе // Бизнес. 2015.
24. Маркетинговые исследования в России: Аналит. справочник / Авт. сост. А.В.Фисун. М.: КОНСЭКО, 2012
25. Методика оценки уровня конкурентоспособности промышленной продукции. М.: ВНИИС, 2014
26. Мясоедов С. П. О бизнес-образовании и бизнесе, о программе МВА и неявных знаниях «Управление персоналом» №8, 2016 г.
27. Хруцкий В.Е. и др. Современный маркетинг. М 2012

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:
https://stuservis.ru/magisterskaya-rabota/13147