



Структура каналов продаж

Итак, активный телемаркетинг – это эффективный инструмент для увеличения продаж и получения необходимой информации, он позволяет экономить время и деньги. В настоящее время рынок телемаркетинга в России находится на стадии формирования, поэтому данный канал продаж необходимо активно развивать.

Литература:

1. Проскура, Д.В. Особенности формирования информационного пространства в регионах России через распространение телекоммуникационных услуг / Д.В. Проскура // Теория и практика общественного развития. – 2012. – №5.

2. Оператор call-центра: от найма до увольнения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.callcenter.telecontact.ru/>.

***Н.В. Яцевич***

*УО «Белорусский торгово-экономический университет  
потребительской кооперации»  
(Республика Беларусь, Гомель)*

## **СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ**

В настоящее время интернационализационные процессы в деятельности учреждений высшего образования являются одним из важных проявлений их конкурентоспособности. Это обусловливается быстрым развитием процесса глобализации и распространением ее влияния в том числе и на сферу высшего образования. Интернационализацию можно определить как ориентацию учреждения высшего образования

на международное сотрудничество, которое может выражаться в реализации таких форм, как международная мобильность студентов и преподавателей, участие в различных международных образовательных программах и проектах, модернизация обучения и внедрение международных образовательных стандартов, создание образовательных альянсов и других.

Стратегическое планирование интернационализации в университете позволяет найти оптимальный подход, результатом чего является разработка собственной обоснованной стратегии интернационализации. Данная стратегия может включать в себя ряд таких направлений, как развитие международных связей учреждения высшего образования и повышение его имиджа на международном рынке, экспорт образовательных услуг и расширение возможностей предоставления обучения для иностранных граждан по отдельным программам на иностранном языке, развитие возможностей для зарубежных стажировок студентов и профессорско-преподавательского состава университета и другие аспекты.

Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) выделяет четыре основных стратегических подхода к развитию интернационализации в сфере высшего образования [1;2]:

*Согласованный подход.* Это традиционный подход к интернационализации, основанный на традиционных ценностях международных академических обменов и сотрудничества. Реализация такой стратегии осуществляется, как правило, через поддержку студенческой и академической мобильности путем предоставления стипендий и реализацию программ академических обменов, а также программ, направленных на создание институциональных партнерств. Обучение иностранных студентов, как правило, финансируется в рамках различных программ сотрудничества в области высшего образования и науки.

Международное сотрудничество подобного рода является очень важным для построения долгосрочных связей и контактов с университетами других стран. Многие белорусские университеты активно участвуют в международных академических программах, финансирующих межуниверситетское сотрудничество и академическую мобильность. В первую очередь, это программы Tempus, Erasmus Mundus, а также программы, финансируемые международными организациями (IREX, British Council, DAAD и др.).

*Стратегия получения дохода.* В рамках данного подхода образовательные услуги предоставляются иностранным студентам по рыноч-

ной стоимости, которая покрывает затраты на их обучение и приносит дополнительный доход образовательным учреждениям. Предоставление субсидий в данном случае не предусматривается. Целью использования данного подхода является привлечение наибольшего числа иностранных студентов.

В Республике Беларусь данный подход активно используется. Так, в настоящее время в Беларуси обучается около 13 тысяч иностранных граждан из 88 стран мира, что составляет около 3 % в общем количестве студентов.

*Стратегия привлечения квалифицированной рабочей силы.* Набор иностранных студентов является частью более широкой стратегии привлечения в страну высококвалифицированных иностранных граждан с той целью, чтобы некоторые из них остались в принимающей стране после учебы. Основным инструментом данного подхода является система академических стипендий, дополненная активной программой продвижения системы высшего образования страны за рубежом в сочетании с принятием соответствующего визового и иммиграционного законодательства. Реализация таких программ осуществляется через специальные агентства или сеть агентств и организаций.

Данный стратегический подход активно развивается в таких странах как Германия, США, Великобритания и др. В Республике Беларусь использование данного подхода ограничено и ведется, в основном, по узкому кругу специальностей, например, в медицине.

*Стратегия расширения возможностей.* Это импортоориентированный подход к интернационализации, предполагающий поощрение студентов для обучения за рубежом, а также обеспечение иностранным университетам, образовательным программам и преподавателям благоприятных условий для коммерческой деятельности в своей стране в целях создания или укрепления собственного потенциала в сфере высшего образования.

Данный подход принят, в основном, в странах Азии (например, в Китае, Малайзии, Индонезии). В Беларуси есть некоторые примеры использования данного подхода. Например, в 2012 г. Magna Carta College здесь открыл образовательную программу MBA «Международный менеджмент».

Таким образом, стратегическое планирование интернационализации позволяет повысить конкурентоспособность университета и более полно отвечать современным реалиям мирового образовательного пространства.

Литература:

1. Internationalisation and Trade in Higher Education: Opportunities and Challenges / Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) [Electronic resource]. – 2004. – Mode of access: [http://dl.lux.bookfi.org/genesis/438000/5876bace3274d233088c9093bdb0cbf8/\\_as/\[Organisation\\_for\\_Economic\\_Cooperation\\_and\\_Developments/BookFi.org\].pdf](http://dl.lux.bookfi.org/genesis/438000/5876bace3274d233088c9093bdb0cbf8/_as/[Organisation_for_Economic_Cooperation_and_Developments/BookFi.org].pdf). – Date of access: 22.04.2013.

2. Тремблэй, К. Интернационализация: формирование стратегий в национальном контексте / К. Тремблэй // Вестник междунар. организаций. – 2010. – № 3. – С. 110–168.