

## Рейтинги школ бизнеса как фактор формирования рынка



Партнер ФБК,  
Генеральный директор Экономико-правовой школы ФБК  
Пятенко Сергей Васильевич

**Абитуриентам:** ориентир

**Бизнес-школам:** самоконтроль + поддержка бренда

**Работодателям:** ориентир

**Всем, кому это интересно:** просто интересно

**Есть рейтинг - есть рынок  
Нет рейтинга – нет такого рынка**

**Рейтинг** — инструмент, он должен быть:

- ОБЪЕКТИВНЫЙ**
- НЕЗАВИСИМЫЙ**
- ЗНАЧИМЫЙ**

Возможен ли идеальный рейтинг?

Возможна ли в образовании рейтингообразующая колонка?

## Составитель

## Основные критерии

The Financial Times .

- прирост зарплаты выпускников через три года по окончании школы

The Wall Street Journal

- мнение работодателей о выпускниках

Журнал Forbes

- возврат на инвестиции (где выгоднее учиться с финансовой точки зрения)

## Выпускникам сложно:

- работать с перегрузкой
  - работать по формуле **8-2-70**
  - работать в команде
  - конструктивно общаться
  - решать реальные проблемы
  - думать
  - понимать реалии профессии
  - иностранные языки
- 6 часов сна – норма
- 8 (с 8 до 8) – 2 (зимой, летом) – 70 (отгулы, отпуск, пенсия)
- зачет всем 10-ти или никому
- мягкие навыки: *коммуникации, обсуждения, дискуссии, совещания, презентации и т.д.*
- консалтинг
- не научатся думать, если не выгонять за плагиат
- не знают

## Вузы и бизнес-школы:

- не осознают: главная продукция – выпускники (остальное – статьи, знания – не основной продукт)
- не понимают и не очень хотят понимать тренды в развитии тех отраслей, для которых готовят выпускников
- не понимают и не хотят понимать стратегические проблемы корпораций (вообще никто не имеет отраслевой экспертизы)
- неорганизованность, неспособность перевести идею на четкий план (мероприятие-ответственный-сроки и т.д.)
- другая управленческая парадигма (не менеджерский подход к управлению)
- иждивенческий подход к государству и бизнесу: «дайте денег и не лезьте в наши дела»

## Рынок сегментируется

Кого готовим	Как учим
а) мыслителей	преподавательская модель (каждый самовыражается в аудитории)
б) ПТУ для менеджеров	четкие методики освоения мягких и твердых навыков (на манер вдалбливания азов русского языка и арифметики)
в) .....	

- Рейтинги интересуют многих, рейтингам хотят доверять
- Сложно выбрать минимально спорные критерии и весомые критерии
- Например, продукция вузов – выпускники, а не ученые и их публикации
- Проблема для рейтингов наличие *Ежа и Ужа* в одном списке
- Независимость, объективность, значимость = авторитетность



**□ Проблемы везде одни и те же:**

*Все вышеизложенное обсуждается  
и в Европе, и в странах нашего уровня развития*

**□ Использовать чужое, но сохранять свое**

*Как в футболе/хоккее*

## БЛАГОДАРИМ ЗА ВНИМАНИЕ!



[www.elsfbk.ru](http://www.elsfbk.ru)

101990, Москва, ул. Мясницкая, д.44/1

Телефон +7 (495) 737 5353

Факс +7 (495) 737 5347

E-mail [els@fbk.ru](mailto:els@fbk.ru)