

## MARKETING

---

Zerkaliy N.G.

### DEVELOPMENT MODEL OF THE UNIVERSITY NETWORK COOPERATION IN THE INTERNET

Zerkaliy N. G., Russia, Senior Lecturer, Department of Strategic Marketing Omsk F.M. Dostoevsky State University, Ph.D. in Economics

#### Abstract

The article presents the benefits of network cooperation development for the university, among which are the possibility of increasing the resource base, the quality of student education, development of talented youth, the growth of innovative, industrial and cultural potential of the region and country. Key partners of the university are specified in the article, potential areas of their cooperation are analyzed. The author has analyzed the opportunities offered by the Internet environment for building of partnership relations. The models of the university network cooperation development in the Internet are described in the article.

**Keywords:** cooperation, network cooperation, partner, partnership relations, high school, university

#### Введение

Вопрос развития сетевого взаимодействия с ключевыми партнерами, безусловно, является очень актуальным для любого высшего учебного заведения, поскольку развитие отношений приносит массу преимуществ. Это и возможность значительного увеличения ресурсной базы, обмен опытом, синергетический эффект в виде роста профессионализма и эффективности работы всех участников сети, повышения инновационного, творческого, производственного и даже социально-культурного потенциала. Для университета сетевое взаимодействие это возможность активизировать инновационную деятельность, повысить качество подготовки, развить научную деятельность, а также увеличить свою значимость и повысить имидж в

рамках региона и страны. Поэтому сегодня для успешного функционирования вузам необходимо научиться развивать взаимовыгодные отношения с партнерами путем построения разветвленных сетей, находить перспективные направления для взаимодействия с каждым из участников.

Ключевые партнеры университета и области взаимодействия

Особо остро вопрос развития сетевого взаимодействия стоит перед многопрофильными университетами, которые осуществляют подготовку по широкому спектру фундаментальных и прикладных направлений, осуществляют научно-исследовательскую работу в различных областях, поэтому должны представлять собой крупные учебно-научно-практические комплексы. Для эффективного выполнения указанных задач университеты активно развивают отношения с высшими и средними учебными заведениями, с бизнес-структурами, международными партнерами, государственными и общественными организациями. При построении отношений очень важно понимать интересы и выгоды каждого из партнеров, а также области взаимодействия как с каждым из участников сети, так и со всей совокупностью представителей сформированной сети. В таблице 1 приведены ключевые партнеры университета и проанализированы области взаимного интереса.

Взаимодействие в сформированной сети университета и его ключевых партнеров дает мощный синергетический эффект, выгоды от которого продемонстрированы в таблице 1.

Модели сетевого взаимодействия в интернет-среде

В настоящее время бурное развитие глобальных информационно-коммуникационных технологий привело к формированию обширной интернет-среды, открывающей широкие возможности для целого спектра направлений деятельности, в том числе и для осуществления сетевого взаимодействия. Многие онлайн-технологии доказали свою эффективность в области реализации партнерских отношений. Интернет-среда в данном случае создает целый ряд важных преимуществ – упрощает структуру и процесс управления, снижает издержки, повышает эффективность процессов, снижает временные затраты. Сеть интернет становится единым пространством, удобной платформой для совместной партнерской деятельности. Современные интернет-технологии позволяют осуществлять партнерское взаимодействие в форме виртуальных сетей как открытой платформы для большой совокупности разнородных участников, позволяющей накапливать ресурсы, компетенции, идеи, способности [5]. Виртуальная сеть способна быстро реагировать на меняющиеся рыночные условия, использовать открывающиеся возможности, и в то же время благодаря своей гибкости может существовать длительное время и оставаться конкурентоспособной.

Таблица 1 – Ключевые партнеры университета и области взаимодействия с ними [1, 2, 3, 4]

Тип партнера	Область взаимодействия с партнером	Общие выгоды от взаимодействия сети
Средние образовательные учреждения	Обмен опытом между преподавателями Организация совместных научных, исследовательских, социальных и культурных проектов Повышение качества подготовки выпускников средних образовательных учреждений для формирования качественного контингента абитуриентов университета	Повышение эффективности инновационной и научно-образовательной деятельности участников сети Выявление и развитие способностей талантливой молодежи Рост инновационного, научного, производственного потенциала региона Улучшение социальной ситуации и повышение культурного уровня на территории действия сети Рост конкурентоспособности участников сети Формирование положительного имиджа участников сетевого взаимодействия Повышение интереса общества к науке, рост престижа научной и образовательной деятельности
Высшие образовательные учреждения	Обмен преподавательским опытом Совместное определение приоритетных областей развития образования и науки Выполнение крупных научных проектов Совместные программы повышения квалификации преподавателей и научных работников Совместные методические разработки	
Бизнес-структуры	Создание прикладных кафедр при ведущих предприятиях Совместная разработка образовательных программ Привлечение ключевых специалистов-практиков к преподавательской деятельности Трудоустройство выпускников и стажировки	
Международное сообщество	Международный обмен опытом Проведение международных исследований Создание совместных образовательных программ Повышение рейтинга и имиджа участников сети	
Государство	Выполнение «государственного заказа» в плане подготовки выпускников соответствующей направленности и в сфере развития фундаментальной и прикладной науки	
Общество	Реализация социальных проектов Формирование культурных и социальных ценностей в студенческой среде Просветительская деятельность Популяризация науки	

Несмотря на очевидные преимущества, которые открывает всемирная сеть для сетевого взаимодействия, процесс его переноса в интернет-среду нельзя абсолютизировать. При выборе модели партнерского взаимодействия в сети необходимо ориентироваться на современные тренды развития интернета, учитывать особенности поведения интернет-пользователей. Отметим, что интернет претерпел три стадии развития: web 1.0 (эра существования веб-сайтов, полностью контролируемых их создателями); web 2.0 (эра развития социальных сетей и подвижного контента); web 3.0 (эра роста интерактивного общения, персонализации, повышения возможностей пользователей влиять на интернет-среду) [6]. На современном этапе главным трендом онлайн-среды остается ее стремительная социализация, сегодня появилось большое количество интерактивных сервисов: коммуникационных, новостных, профессиональных, графических, блоговых, видео и многих других. Это означает что при выборе модели взаимодействия необходимо, в первую очередь, учитывать потребности интернет-пользователей. Исследования показывают, что основными потребностями пользователей

в интернет-пространстве являются деловые, познавательные, коммуникационные, игровые потребности, потребности сотрудничества, самоутверждения, потребность аффилиации, а также потребность в самореализации и развитии личности [7, 8].

Понимание указанных выше потребностей пользователей позволяет выделить следующие принципы построения модели сетевого взаимодействия в интернете:

- наличие в открытом доступе в удобной форме деловой, научной, исследовательской и профессиональной информации, возможность быстрой обратной связи, прямого взаимодействия между участниками сети;

- широкое информирование партнеров через интернет-каналы о тенденциях развития ключевых для сети взаимодействия отраслей, компаний-участников, совместных достижениях;

- создание интерактивных площадок для общения участников сети друг с другом с целью обмена опытом, общения по интересам;

- организация совместного творчества партнеров, разработка совместного продукта и его продвижение;

- предоставление участникам сети возможностей для самоутверждения за счет подчеркивания их причастности к общим достижениям;

- использование инструментов геймификации для поощрения активности участников сети и признания их вклада в ее развитие;

- вовлечение в сеть партнеров со схожими ценностями и последующее формирование уникальной организационной культуры и норм взаимоотношений, содержательной основы взаимодействия;

- осуществление совместного маркетинга, при котором представители сети могут участвовать в разработке или модификации образовательного, научного, социального или любого другого продукта, в создании контента, а также имеют возможность влиять на любые другие процессы функционирования партнерского сообщества.

Построение сетевого взаимодействия в соответствии с указанными выше принципами позволяют сформировать жизнеспособную партнерскую сеть, отвечающую современным требованиям рынка, быстро реагирующую на происходящие изменения и вовлекающую каждого участника к активным действиям.

### Выводы

Сегодня многопрофильные университеты для повышения эффективности своей деятельности и развития образовательной, научной, исследовательской и социально-культурной деятельности используют возможности сетевого взаимодействия. Среди ключевых партнеров вузов можно выделить средние и высшие образовательные учреждения, государственные и бизнес-структуры, международные вузы и научные

центры, а также общество в целом. С этими партнерами университеты имеют корреляцию целей и интересов, в частности в области повышения общей экономической эффективности, роста научного, исследовательского потенциала, повышения качества подготовки выпускников, а также в сфере реализации социально и культурно-значимых проектов. Бурное развитие интернет-технологий привело к перемещению сетевого взаимодействия и онлайн-среду. Однако при формировании модели взаимодействия в интернете необходимо руководствоваться рядом важных принципов, базирующихся на современных трендах развития всемирной сети и особенностях поведения людей в интернет-пространстве. Это позволит создавать устойчивые к изменениям внешней среды конкурентоспособные партнерские сети, а также даст возможность добиваться достижения общих целей.

### References:

- [1] Anichkin E. S., M. A. Kostenko, A. V. Dolzhikov, etc. *Mezhdunarodnoe obrazovatel'noe sotrudnichestvo: opyt transgranichnogo vuza* [International educational cooperation: experience of cross-border University]. – Barnaul: Izd-vo Alt. un-ta, 2015. – 228 p.
- [2] Bakhmudova M. A. *Sovershenstvovanie obrazovatel'noj dejatel'nosti vuzov v uslovijah ih setevogo vzaimodejstvija* [Improvement of the educational activities of universities in the network interaction] // *Upravlenie obrazovaniem: teorija i praktika* [Education management: theory and practice]. 2012. № 2. pp. 52-57.
- [3] Ljubimova E.M., Borisov I.A. *Setevoe vzaimodejstvie shkola-vuz kak sredstvo pogruzhenija studentov v professional'nuju dejatel'nost'* [Networking school-high school as a means of immersing students in professional activities] // *Sovremennye problemy nauki i obrazovanija* [Modern problems of science and education]. 2015. № 1. p. 110.
- [4] Yakovleva A. V., Bondyreva I. B. *Razvitie setevogo vzaimodejstvija vuzov* [The development of networking of universities] // *Nauchnyj zhurnal NIU ITMO. Serija: jekonomika i jekologicheskij menedzhment* [NIU ITMO scientific journal. Issue: economy and environmental management]. 2012. № 2. pp. 542-548.
- [5] Goldman S.L., Nagel R.N., Preiss K. *Agile Competitors and Virtual Organizations – Strategies for Enriching the Customer*. N.Y: Van Nostrand Reinhold, 1995.
- [6] Vertajm K. *Cifrovoj marketing: Kak uvelichit' prodazhi s pomoshh'ju social'nyh setej, blogov, viki-resursov, mobil'nyh telefonov i drugih sovremennyh tehnologij* [Digital marketing: how to increase sales with social networks, blogs, wiki-resources, cell phones and other modern technologies]. – M.: Al'pina Pablishez, 2010. – 377 p.

- [7] Isaeva E.V. Ispol'zovanie issledovanij internet-auditorii dlja razvitija predprinimatel'skoj dejatel'nosti v on-lajn srede [Use of the internet audience research for the development of entrepreneurial activity in the online environment] // Vestnik Sibirskogo instituta biznesa i informacionnyh tehnologij [Siberian Institute of business and information technologies Herald], 2016. № 2. pp. 27–32.
- [8] Zerkaliy N.G. Transformacija vzaimootnoshenij s potrebitel'em v ulovijah razvitija internet-biznesa [Transformation of interactions with consumers in conditions of business development] // Marketing v Rossii i za rubezhom [Marketing in Russia and abroad], 2016. №2. pp. 118-125.