

*Самарец Наталья Анатольевна  
студентка магистратуры  
факультет сферы обслуживания и управления,  
профиль управление проектами  
Воронежский филиал Российского экономического университета им.  
Г.В. Плеханова,  
Россия, г. Воронеж  
e-mail: n.a.samarets@gmail.com*

## **СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ МАГИСТРАТУРЫ**

***Аннотация:** В данной статье раскрываются основные понятия корпоративной магистратуры. Описываются тренды, оказывающие влияние на рынок труда.*

**Ключевые слова:** высшее образование, корпоративная магистратура.

*Samarets Natalya Anatolyevna  
master student  
faculty of service and management,  
project management profile  
Voronezh branch of Plekhanov Russian University of Economics,  
Russia, Voronezh*

## **THE ESSENCE AND FEATURES OF THE INTRODUCTION OF CORPORATE MASTER'S DEGREE**

***Abstract:** This article reveals the basic concepts of corporate Master's degree. The trends affecting the labor market are described*

**Keywords:** higher education, corporate master's degree.

Высшее образование имеет целью обеспечение подготовки высококвалифицированных кадров по всем основным направлениям общественно полезной деятельности в соответствии с потребностями общества и государства, удовлетворение потребностей личности в интеллектуальном, культурном и нравственном развитии, углублении и расширении образования, научно-педагогической квалификации.

В настоящее время в Российской Федерации установлены, в частности, следующие уровни профессионального высшего образования (п. п. 2, 3 ч. 5 ст. 10 Закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ [1]):

- бакалавриат;
- специалитет;
- магистратура.

При этом каждая из программ бакалавриата, специалитета и магистратуры относится к самостоятельному виду основной профессиональной образовательной программы высшего образования. Прием на обучение осуществляется отдельно по каждой из этих программ (пп. «б» п. 2 ч. 3 ст. 12, ч. 5 ст. 69 Закона № 273-ФЗ).

По данным Высшей школы экономики среди программ бакалавриата, специалитета, магистратуры наиболее востребованы специальности и направления подготовки, относящиеся к наукам об обществе, – 41,2% выпускников 2020 года получили квалификацию в этом направлении (из них большинство – в области экономики и управления, юриспруденции). Чуть менее трети (28,4%) выбрали специальности, связанные с инженерным делом, технологиями и техническими науками.

К освоению указанных программ допускаются лица, имеющие соответствующее образование. Так, для программ бакалавриата или специалитета необходимо иметь среднее общее образование, для программ магистратуры – высшее образование любого уровня, так как магистратура является частью высшего образования, продолжением программы бакалавриата (ч. 2, 3 ст. 69 Закона № 273-ФЗ).

Обучение по программе бакалавриата позволяет студентам получить необходимый объем информации для успешной работы по окончании вуза в соответствующих организациях [2]. Обучение в магистратуре позволяет студентам расширить объем знаний по выбранной специальности, но в отличие от аспирантуры обучение не предполагает сосредоточения исключительно на научно-исследовательской деятельности. Ценности магистерского сообщества

включают профессионализм, стремление к знаниям, научным исследованиям, карьере, владение иностранными языками, овладение различными видами искусства, правовую культуру. Таким образом, бакалавриат дает студентам базовую подготовку, а магистратура – готовит к профессиональной деятельности.

Практика разделения высшего образования на бакалавриат и магистратуру возникла в результате вхождения России в Болонский процесс в сентябре 2003 года. Болонский процесс был направлен на создание единого европейского пространства высшего образования к 2010 году.

Развитие магистратуры – один из базовых приоритетов российской высшей школы. Современные и качественные магистерские программы являются визитной карточкой университетов, повышают их престиж в стране и за рубежом. От того, насколько профессионально организовано управление процессами развития магистратуры, зависит конкурентоспособность вузов в целом.

На сегодняшний день многие крупные компании активно взаимодействуют с учебными заведениями высшего и среднего образования для поиска и привлечения новых сотрудников. Можно отметить один из наиболее эффективных способов образовательного партнерства – открытие корпоративных программ обучения. Наиболее эффективной для компаний является открытие корпоративной магистратуры. Так как магистратура – это ступень образования, следующая за бакалавриатом, то есть она позволяет углубить специализацию по уже полученным знаниям. Обучение длится 2 года, что в 2 раза меньше, чем на бакалавриате. Выпускники магистратуры заинтересованы в трудоустройстве больше, чем выпускники-бакалавры.

Корпоративная магистратура – это тип магистерской программы, реализуемой совместно с крупными компаниями-партнерами университета. Она в большей степени направлена на удовлетворение текущего спроса на рынке труда. Ключевая особенность магистратуры корпоративного типа – возможность

еще во время обучения поработать над реальным проектом под руководством эксперта, представителя компании-потенциального работодателя.

Зоны ответственности разделяются следующим образом: компания принимает на себя разработку и актуализацию учебно-методических материалов, обучение и сертификацию преподавателей, сертификацию инфраструктуры, контроль качества реализации программы, а отраслевой вуз-партнер осуществляет администрирование учебного процесса, подбор преподавателей, предоставление и адаптацию инфраструктуры, копирование учебных материалов и проведение обучения [3]. Благодаря такому сотрудничеству возможна тонкая адаптация программы под потребности корпорации.

Корпоративная магистратура является связующим звеном между академическим образованием и рынком труда. Учебные программы для корпоративной магистратуры составляются при участии будущих работодателей. Обучаясь в корпоративной магистратуре, студенты работают над реальными бизнес-проектами под руководством менеджеров действующих предприятий. У такого подхода есть следующие преимущества [4]:

1. Деньги и опыт – компании выплачивают магистрантам стипендию, чтобы они могли сосредоточиться на обучении, не отвлекаясь на подработки. Работая на реальных проектах, студенты получают опыт, который пригодится при трудоустройстве.

2. Универсальные знания и конкретные компетенции – студенты получают теорию для работы в отрасли и практические навыки для работы на конкретном предприятии (или на аналогичной должности в другом предприятии).

3. Преподаватели из реального бизнеса – часто профессорско-преподавательскому составу вузов не хватает опыта работы в современном бизнесе. Академические знания быстро устаревают и теряют актуальность. Научные руководители из действующего бизнеса решают эту проблему.

4. Актуальность образования – в корпоративных магистратурах бизнес готовит для себя потенциальные кадры, а значит, обучение не превращается в формальность, которая выполняется ради отметки о высшем образовании. Это знания и навыки, которые востребованы на рынке труда.

5. Будущее трудоустройство – работа магистрантов в компании сокращает затраты на подбор и адаптацию новых сотрудников. Бизнес присматривается к будущему сотруднику, а выпускник – к потенциальному работодателю. По окончании магистратуры обе стороны понимают, хотят они дальше сотрудничать или нет.

Однако, финансовой выгоды от подобных образовательных проектов компании не получают, от них бывают только убытки. Но польза для компаний все-таки есть и заключается она в том, что студенты начинают трудиться уже после первого курса и быстро становятся ключевыми сотрудниками, обучающими давно работающих коллег современным методам работы. Также интерес бизнеса к открытию собственных образовательных программ обусловлен снижением количества молодых специалистов на рынке труда. Низкое количество специалистов из числа студентов и выпускников учебных заведений на рынке связано с демографическим спадом, емкостью рынка ИТ.

Университетам интересна программа корпоративной магистратуры по следующим причинам: получение финансирования от компаний, практико-ориентированность программы и гарантированное распределение студентов на рабочие места после выпуска. Система управления «ректорат – деканаты – службы» идентична менеджерскому корпусу любой промышленной корпорации, традиционно представленным высшим, средним и низшим уровнями. Таким образом, можно сделать вывод: вуз – это образовательная корпорация.

Рынок труда существует не в вакууме, на него влияют многие тренды, меняя стратегии и модели ведения бизнеса, образ сотрудников, набор их компетенций и обязанностей. Тренды, в свою очередь, формируются под воздействием социальных и технологических факторов. Часть трендов имеет циклический и продолжительный характер.

В последние десятилетия отмечается влияние на рынок профессий следующих долгосрочных трендов:

- IV промышленная революция и цифровизация;
- изменение содержания трудовых функций и снижение доли нерутинных операций;
- демографические изменения, в том числе увеличение продолжительности жизни и старения населения;
- ориентация бизнеса на специалистов с широким спектром развитых навыков и их требования к организациям;
- развитие культуры непрерывного образования.

Прочие тренды получают развитие вследствие внезапных кризисов, среди которых – пандемия коронавируса:

- развитие новых систем разделения труда и форматов работы;
- ускорение темпов автоматизации;
- повышение темпов развития электронной коммерции;
- необходимость адаптации человеческих ресурсов (HR) и учебных процессов к условиям неопределенности и турбулентности.

Подобные тенденции становятся причиной масштабных перемен: одни сегменты труда устаревают и упраздняются, а появляющиеся профессии, в которых рынок труда испытывает потребность, мгновенно оказываются в дефиците. Для многих работников это означает или потерю работы, или серьезную смену карьерной траектории. На уровне организаций и государства возникает необходимость в преодолении возникающих кадровых и навыковых пробелов за счет создания массовых программ переподготовки.

Партнерство корпораций с образовательными организациями позволяет соединить потребности бизнеса с фундаментальной подготовкой специалиста для его движения по новой карьерной траектории. Компании должны активно участвовать в разработке содержания программ обучения, а образовательные учреждения выступать площадкой для соединения академических знаний,

современных цифровых и мультимедийных технологий с практическими задачами бизнеса.

### Список литературы:

1. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ (последняя редакция) // Справочно-правовая система «Консультант-Плюс».

2. «Электронный журнал «Азбука права» [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: [http://www.consultant.ru/edu/student/consultation/bakalavr\\_specialist\\_magistr/](http://www.consultant.ru/edu/student/consultation/bakalavr_specialist_magistr/) (дата обращения: 03.02.2022 г.).

3. Стукалова И.Б. Развитие магистратуры в России: предпосылки, проблемы и перспективы // Современное образование. 2018. № 3. С. 1-8.

4. Игнатъев В.П., Варламова Л.Ф. Мониторинг эффективности реализации магистерских программ // Высшее образование в России. 2019. № 7. С. 1-9.