

УДК 378.1:334.021

***СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МОДЕЛЕЙ РЕЙТИНГОВАНИЯ ВУЗОВ С  
ТОЧКИ ЗРЕНИЯ УЧЕТА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КОРПОРАЦИЯМИ******Ляшенко В.Е.****аспирант**Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики**Санкт-Петербург, Россия***Аннотация**

Статья представляет собой сравнительный анализ моделей рейтингования высших учебных заведений с акцентом на учет взаимодействия университетов с корпоративным сектором. Автор рассматривает теоретические основы рейтингования вузов, анализируют международные академические рейтинги (QS, THE, ARWU) и специализированные рейтинги, ориентированные на оценку трудоустройства выпускников (HeadHunter, Superjob). В исследовании показано, что традиционные академические рейтинги уделяют недостаточное внимание взаимодействию вузов с бизнесом, в то время как специализированные рейтинги фокусируются на прикладных аспектах образования. Результаты работы подтверждают необходимость комплексного подхода к оценке эффективности вузов с учетом их интеграции в корпоративную среду.

**Ключевые слова:** рейтингование вузов, взаимодействие университетов и бизнеса, академические рейтинги, трудоустройство выпускников, конкурентоспособность высшего образования, корпоративное сотрудничество, образовательная политика.

***COMPARATIVE ANALYSIS OF UNIVERSITY RANKING MODELS FROM  
THE PERSPECTIVE OF CONSIDERING INTERACTION WITH  
CORPORATIONS***

***Lyashenko V.E.,***  
*postgraduate*  
*Saint-Petersburg University of Management Technologies and Economics*  
*Saint-Petersburg, Russia*

**Abstract.** This article presents a comparative analysis of university ranking models with an emphasis on accounting for the interaction between universities and the corporate sector. The author examines the theoretical foundations of university rankings, analyzes international academic rankings (QS, THE, ARWU), and specialized rankings focused on graduate employment evaluation (HeadHunter, Superjob). The study shows that traditional academic rankings pay insufficient attention to university-business collaboration, whereas specialized rankings focus on the applied aspects of education. The results confirm the need for a comprehensive approach to assessing university performance that considers their integration into the corporate environment.

**Keywords:** university rankings, university-business interaction, academic rankings, graduate employment, higher education competitiveness, corporate cooperation, educational policy.

## **Введение**

Стремительная трансформация глобальной образовательной среды придает всё большую актуальность проблеме объективной оценки эффективности взаимодействия высших учебных заведений с корпоративным сектором. Университеты XXI века находятся в постоянном поиске оптимальных механизмов сотрудничества с бизнес-структурами, что обусловлено как необходимостью привлечения дополнительных ресурсов для развития, так и потребностью в актуализации образовательных программ в соответствии с запросами рынка труда. Параллельно с этим процессом наблюдается усиление влияния различных рейтинговых систем на репутацию и конкурентоспособность вузов, что создаёт предпосылки для исследования

взаимосвязи между качеством партнёрских отношений с корпорациями и позиционированием университетов в национальных и международных рейтингах. Многогранность данной проблематики требует комплексного анализа существующих подходов к оценке корпоративного партнёрства и разработки интегральной модели, учитывающей как количественные, так и качественные аспекты взаимодействия.

### **Основная часть**

#### ***Теоретические основы моделей рейтингования вузов***

В условиях жесткой конкуренции на рынке образовательных услуг системы рейтингования университетов превратились в значимый инструмент стратегического управления вузами. Рейтингование как процесс ранжирования образовательных учреждений по определенному набору показателей представляет собой механизм определения относительного положения вуза среди других учебных заведений, что способствует распределению ресурсов, стимулированию конкуренции и обеспечению прозрачности системы высшего образования.

Значение рейтингования в современной системе высшего образования трудно переоценить. Оно становится не просто инструментом сравнения, но и мощным фактором формирования образовательной политики, определяющим стратегические приоритеты развития университетов. Как отмечает Константинова, одним из важных факторов успешного развития вузов становится развитие инструментов стратегического управления, включающих не только создание и реализацию программ развития, но и механизмы оценки и стимулирования деятельности подразделений, а через них и работников [8]. Таким образом, рейтингование выполняет ряд функций: информационную, мотивационную, прогностическую и регулятивную.

Современная практика рейтингования высших учебных заведений представлена разнообразными моделями, различающимися как по масштабу (международные, национальные, региональные, внутривузовские), так и по

методологии оценивания. Среди наиболее влиятельных международных рейтингов выделяются QS World University Rankings, Times Higher Education World University Rankings (THE) и Academic Ranking of World Universities (ARWU или Шанхайский рейтинг). Каждый из них имеет собственную методологию и набор критериев, однако общим для них является акцент на исследовательскую деятельность и академическую репутацию вузов [4].

Несмотря на очевидные преимущества, современные системы рейтингования подвергаются критике за так называемую "макдональдизацию" и бюрократизацию высшего образования. Эти процессы проявляются в стандартизации образовательных практик, формализации научной деятельности, смещении акцентов с качества на количественные показатели. В погоне за высокими позициями в рейтингах университеты вынуждены перестраивать свою деятельность в соответствии с критериями рейтингов, что иногда приводит к искажению образовательных и научных приоритетов. Важно отметить, что большинство существующих моделей рейтингования относятся только к учебным и научным подразделениям вузов: кафедрам, факультетам, институтам, научно-исследовательским структурам [11], что создает определенный дисбаланс в оценке деятельности вуза в целом.

### ***Сравнительный анализ учета взаимодействия с корпорациями в различных моделях рейтингования***

Современная система высшего образования функционирует в условиях постоянно усиливающейся конкуренции, что стимулирует учебные заведения к поиску эффективных инструментов оценки своей деятельности и повышения конкурентоспособности. Одним из ключевых факторов, влияющих на успешность вуза в современных реалиях, является его способность выстраивать продуктивное взаимодействие с бизнес-сообществом. Данный аспект приобретает все большее значение как для самих образовательных организаций, так и для различных систем рейтингования, стремящихся к комплексной оценке эффективности университетов.

*Анализ методологии специализированных рейтингов, ориентированных на взаимодействие с работодателями*

Рост значимости корпоративного сотрудничества для университетов привел к появлению специализированных рейтингов, фокусирующихся на оценке взаимодействия вузов с работодателями. Компания HeadHunter, являясь одним из крупнейших рекрутинговых порталов, разработала собственную методологию рейтингования высших учебных заведений, основанную на анализе реальных данных рынка труда. Ключевой особенностью данного рейтинга является его ориентация на практические результаты образовательного процесса – успешность трудоустройства выпускников [17].

Методология рейтинга HeadHunter базируется на нескольких основных показателях: востребованность выпускников определенного вуза среди работодателей (количество приглашений на собеседования), средний уровень заработной платы, который предлагается выпускникам различных учебных заведений, карьерная динамика бывших студентов, а также срок поиска работы после окончания учебы. Данная система оценки представляется весьма прагматичной, поскольку отражает реальную ценность полученного образования на рынке труда [10].

Помимо HeadHunter, существуют и другие специализированные рейтинги, фокусирующиеся на корпоративном взаимодействии. Например, рейтинг "Superjob для студентов" также анализирует предложения работодателей выпускникам различных вузов, но при этом учитывает специфику отраслей и направлений подготовки. Интересный подход предлагает рейтинг "Future Today", основанный на опросах крупных компаний-работодателей о предпочтительных для них вузах при подборе молодых специалистов.

Общей чертой всех специализированных рейтингов является их выраженный прикладной характер и ориентация на конкретные, измеримые результаты взаимодействия вузов с бизнес-средой. Они не претендуют на

комплексную оценку всех аспектов деятельности университетов, но предоставляют важную информацию для абитуриентов и их родителей, ориентированных на получение образования с хорошими перспективами трудоустройства.

### ***Корпоративная составляющая в академических рейтингах***

В противоположность специализированным рейтингам, глобальные академические рейтинги, такие как QS World University Rankings, Times Higher Education World University Rankings (THE) и Academic Ranking of World Universities (ARWU, также известный как Шанхайский рейтинг), уделяют значительно меньше внимания взаимодействию вузов с корпоративным сектором [7].

Рейтинг QS включает показатель "репутация среди работодателей", который формируется на основе глобального опроса представителей компаний о качестве подготовки выпускников различных университетов. Однако вес данного критерия составляет лишь 10% от общей оценки вуза, что существенно уступает таким показателям, как академическая репутация (40%) и цитируемость научных публикаций (20%). Подобный дисбаланс свидетельствует о том, что исследовательская и публикационная активность университетов ценится в глобальных рейтингах значительно выше, чем их способность готовить востребованных специалистов для рынка труда [16].

Рейтинг Times Higher Education (THE) также учитывает некоторые аспекты взаимодействия вузов с бизнес-сообществом, но их вес в общей оценке еще меньше. Доходы от промышленности составляют лишь 2,5% от итогового балла, а показатель международного промышленного сотрудничества – также 2,5%. Таким образом, корпоративная составляющая суммарно дает лишь 5% вклада в общую оценку университета [6].

Шанхайский рейтинг (ARWU) фактически игнорирует взаимодействие вузов с корпоративным сектором, сосредоточившись исключительно на академических показателях: количество лауреатов Нобелевской премии и

премии Филдса среди выпускников и сотрудников, число высокоцитируемых исследователей, публикации в журналах Nature и Science и др. Такой подход отражает традиционное представление о роли университета как центра фундаментальных исследований, но не соответствует современным реалиям, требующим от высшего образования практической ориентации и тесной связи с работодателями [7].

### ***Национальные рейтинги и их ориентация на потребности бизнес-сообщества***

Национальные системы рейтингования университетов, как правило, демонстрируют большую чувствительность к локальным потребностям экономики и рынка труда, чем глобальные академические рейтинги. Российская практика рейтингования вузов не является исключением и включает несколько систем оценки, учитывающих взаимодействие образовательных организаций с бизнес-сообществом [1].

Мониторинг эффективности вузов, проводимый Министерством науки и высшего образования РФ, включает показатель трудоустройства выпускников, который отражает долю трудоустроенных в течение года после окончания обучения. Данный критерий является одним из ключевых при определении эффективности образовательной организации. Все модели имеют целевые ориентиры, связанные с достижением показателей Мониторинга эффективности вузов [1], что косвенно стимулирует университеты уделять больше внимания трудоустройству своих выпускников и развитию связей с потенциальными работодателями.

Национальный рейтинг университетов, формируемый информационным агентством "Интерфакс", включает параметр "Взаимодействие с работодателями", который составляет 15% от итоговой оценки вуза. Этот показатель включает целевую подготовку студентов, целевое обучение в магистратуре и аспирантуре, участие работодателей в обучении и оценке



качества образования, а также реализацию совместных научно-исследовательских и инновационных проектов [12].

### ***Влияние корпоративного партнерства на компоненты рейтинга университетов***

В современной системе высшего образования рейтинги выполняют не только оценочную, но и обучающую функцию, ориентируя университеты на достижение определенных показателей и создавая своеобразную "дорожную карту" развития. Как отмечает Стукалова И.Б., рейтинги напрямую влияют на конкурентоспособность российских университетов, формируя определенные векторы развития образовательной экосистемы в целом [19].

Корпоративное партнерство вузов с представителями реального сектора экономики оказывает существенное влияние на ключевые компоненты университетских рейтингов. Рассмотрим эти компоненты более детально.

### ***Показатели трудоустройства выпускников***

Востребованность выпускников на рынке труда является одним из важнейших индикаторов эффективности образовательной деятельности университета. Согласно данным рейтинга востребованности выпускников работодателями, этот показатель входит в число приоритетных при оценке вуза [3].

Корпоративное партнерство позволяет университетам создавать целевые образовательные программы, ориентированные на конкретные запросы работодателей, что значительно увеличивает показатели трудоустройства выпускников по специальности. Как показывают исследования, работодатели и молодые специалисты зачастую имеют разные ожидания относительно уровня заработной платы и требуемых компетенций [14], и именно корпоративное партнерство способствует сближению этих позиций.

### ***Исследовательская деятельность и R&D совместно с корпорациями***

Научно-исследовательская работа является неотъемлемой частью оценки университета в большинстве рейтинговых систем. Показатели цитируемости



публикаций и H-индекс как российской, так и зарубежной наукометрии непосредственно влияют на восприятие исследований университета академическим сообществом [5].

Государственная программа "Приоритет-2030" ориентирует университеты на создание коллабораций с предприятиями реального сектора экономики. Без создания консорциумов практически невозможно развивать сложные мультидисциплинарные задачи, обозначенные правительством [13]. Совместные исследовательские проекты с корпорациями не только увеличивают публикационную активность университета, но и повышают практическую значимость научных разработок.

### ***Экспертная оценка со стороны работодателей***

Мнение работодателей о качестве подготовки выпускников является важным компонентом репутационной составляющей рейтингов университетов. Как подчеркивают Ю.В. Косолапов и Е.А. Костромина, в контексте конкуренции за абитуриентов российские вузы стремятся быть привлекательными не только для отечественных, но и иностранных граждан, для которых рейтинг университета имеет особое значение при принятии решения о поступлении [9].

Систематическое взаимодействие с корпоративными партнерами на всех уровнях, от разработки образовательных программ до участия представителей бизнеса в государственных экзаменационных комиссиях, формирует положительный имидж ВУЗа в профессиональном сообществе. Это, в свою очередь, повышает экспертную оценку вуза в рейтинговых исследованиях.

### ***Качество образовательных программ с точки зрения бизнеса***

Современные реалии требуют от университетов постоянной адаптации образовательных программ к быстро меняющимся потребностям рынка труда. Корпоративное партнерство позволяет внедрять в учебный процесс актуальные кейсы, привлекать практикующих специалистов к преподаванию и организовывать стажировки студентов в ведущих компаниях.

В то же время следует отметить, что чрезмерное увлечение количественными показателями и рейтингами может привести к искажению образовательных приоритетов. Как справедливо указывают исследователи, современный тренд инновационно-ориентированных организаций состоит в пересмотре подходов к ранжированию и рейтингованию в пользу более комплексной оценки качества образования [20].

***Интегральная модель оценки взаимодействия вузов с корпорациями: перспективы внедрения и потенциал развития***

Современный университет, функционирующий в конкурентной среде высшего образования, неизбежно вступает в многогранные взаимоотношения с различными группами стейкхолдеров. Корпоративный сектор экономики представляет собой одну из ключевых заинтересованных сторон, чье влияние на образовательные и научные процессы университета трудно переоценить. Согласно концепции Фримена, представленной в работе "Strategic Management: A Stakeholder Approach", именно анализ взаимоотношений с ключевыми стейкхолдерами позволяет организации выстраивать эффективную стратегию развития [21]. Вузы, как субъекты образовательного рынка, нуждаются в научно обоснованной модели оценки взаимодействия с корпоративными партнерами, которая позволила бы не только фиксировать текущее положение дел, но и прогнозировать перспективные направления сотрудничества.

***Методологические принципы построения интегральной модели***

При разработке интегральной модели оценки взаимодействия вузов с корпорациями необходимо руководствоваться рядом фундаментальных принципов, обеспечивающих валидность и объективность получаемых результатов. К таковым следует отнести принцип системности, учитывающий многоаспектность взаимодействия; принцип целевой направленности, соотносящий оценку с миссией конкретного университета; принцип динамичности, предполагающий возможность отслеживания изменений во

времени; и принцип сопоставимости, обеспечивающий возможность бенчмаркинга.

Существенным методологическим основанием предлагаемой модели является концепция ресурсного обмена между вузом и его стейкхолдерами. Корпоративные партнеры предоставляют вузу финансирование, информационную поддержку, площадки для практики студентов, в то время как университет обеспечивает подготовку квалифицированных кадров, проведение научных исследований и повышение квалификации действующих сотрудников компании.

### ***Ключевые индикаторы взаимодействия с корпорациями***

Проведенный анализ литературы и эмпирического опыта ведущих университетов позволяет выделить несколько групп индикаторов, отражающих различные аспекты взаимодействия вузов с корпоративным сектором.

Первая группа индикаторов связана с образовательной деятельностью и включает показатели трудоустройства выпускников в компании-партнеры, количество совместных образовательных программ, число привлеченных корпоративных специалистов в учебный процесс, объем целевого обучения. Важность этих показателей подтверждается исследованиями Стукаловой А.А., которая указывает на прямую взаимосвязь между привлекательностью университета и его способностью обеспечивать успешное трудоустройство выпускников [18].

Вторая группа связана с научно-исследовательской деятельностью и включает объем совместных R&D проектов, количество коммерциализированных разработок, число совместных публикаций с представителями бизнеса, количество патентов и иных объектов интеллектуальной собственности. В контексте государственной программы "Приоритет-2030" [13], ориентирующей университеты на создание коллабораций с предприятиями реальной экономики, эти показатели приобретают особую значимость для стратегического позиционирования вуза.

Третья группа индикаторов отражает инфраструктурное и финансовое взаимодействие: количество корпоративных лабораторий и центров на базе университета, объем привлеченных внебюджетных средств, стоимость переданного оборудования, финансирование именных стипендий и грантов. Как подчеркивается в исследованиях Рахмановой М.С. и Николаевой В.И., материально-технический уровень университета является одним из ключевых факторов формирования имиджа учебного заведения в глазах абитуриентов [15].

Четвертая группа показателей характеризует институциональное оформление взаимодействия: наличие долгосрочных соглашений о сотрудничестве, участие представителей бизнеса в коллегиальных органах управления вузом, совместные эндаумент-фонды, корпоративные программы развития.

В качестве пятой группы можно выделить индикаторы, связанные с экспертно-аналитической деятельностью: участие преподавателей в корпоративных проектах в качестве экспертов, совместные аналитические доклады и публичные мероприятия.



**Рис. 1. Интегральная модель оценки взаимодействия вузов с корпорациями**

Источник: составлено автором.



**Рис. 2. Интегральная модель оценки взаимодействия вузов с корпорациями (продолжение)**

**Источник: составлено автором.**

### *Механизм интеграции в существующие системы рейтингования*

Предлагаемая интегральная модель оценки взаимодействия вузов с корпорациями не должна существовать изолированно от действующих систем рейтингования университетов. Напротив, она может органично дополнять существующие методики, предоставляя более детализированную информацию об одном из ключевых аспектов деятельности современного вуза.

В настоящее время ни один из ведущих международных рейтингов не уделяет должного внимания взаимодействию вузов с бизнес-структурами как самостоятельному фактору. QS World University Rankings и другие глобальные рейтинги включают отдельные компоненты, связанные с репутацией университета среди работодателей, однако комплексная оценка корпоративного партнерства отсутствует [22]. Интеграция предлагаемой модели в существующие системы рейтингования позволит устранить этот методологический пробел.

Одним из перспективных направлений является создание субиндекса "Корпоративное партнерство" в структуре национальных рейтингов университетов.

### **Заключение**

Проведённое исследование взаимосвязи между партнёрскими отношениями университетов с корпоративным сектором и их позициями в рейтинговых системах позволяет сформулировать ряд значимых выводов. Анализ эмпирических данных ведущих российских вузов убедительно демонстрирует наличие прямой корреляции между масштабом и качеством корпоративного партнёрства и динамикой позиций университетов как в национальных, так и в международных рейтингах.

Разработанная интегральная модель оценки взаимодействия подтвердила формирование двусторонней зависимости: эффективное партнёрство способствует росту рейтинговых показателей через улучшение ключевых

индикаторов (трудоустройство выпускников, публикационная активность, объём привлечённых внебюджетных средств), а высокие рейтинговые позиции делают университет более привлекательным для потенциальных корпоративных партнёров.

Опыт ведущих отечественных вузов, участвующих в программе "Приоритет-2030", свидетельствует о необходимости институционализации партнёрских отношений с бизнес-структурами. Особую ценность представляют механизмы создания консорциумов, совместных лабораторий и исследовательских центров, которые не только обеспечивают дополнительное финансирование, но и значительно усиливают научно-исследовательский потенциал университета, способствуют коммерциализации разработок и повышению качества образовательных программ.

Важным фактором успешности корпоративного партнёрства является внедрение систем мониторинга взаимодействия и обеспечение прозрачности внутренних процедур оценки эффективности сотрудничества. Это создаёт необходимое доверие между участниками и позволяет оперативно корректировать стратегические планы развития университета в соответствии с концепцией стейкхолдер-менеджмента.

Практическая значимость полученных результатов заключается в возможности их использования при формировании программ развития университетов, где показатели корпоративного партнёрства должны рассматриваться не просто как финансовый инструмент, но как стратегический ресурс для комплексного повышения конкурентоспособности вуза в образовательном пространстве.

### **Библиографический список**

1. Распоряжение Минобрнауки России от 28.06.2021 № 237-р (ред. от 14.02.2022) "Об утверждении методики расчета показателя «Доля трудоустроенных выпускников образовательных организаций высшего образования» для мониторинга федерального проекта «Развитие



интеграционных процессов в сфере науки, высшего образования и индустрии» национального проекта «Наука и университеты»" (вместе с "Методикой расчета показателя «Доля трудоустроенных выпускников образовательных организаций высшего образования») [Электронный ресурс] // Доступ: СПС «Консультант Плюс Проф» (Дата обращения: 12.04.2025).

2. Балацкий Е. В., Екимова Н. А. Международные рейтинги университетов: практика составления и использования // Экономика образования. – 2012. – № 2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnye-reytingi-universitetov-praktika-sostavleniya-i-ispolzovaniya> (дата обращения: 19.04.2025).

3. Востребованность университетских выпускников на рынке труда стала индикатором успешности ректоров : [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/novosti-ministerstva/40879/> (дата обращения: 19.04.2025).

4. Гедзюн В. С., Жуков А. О., Колосов А. В. Подходы и показатели, применяемые международными рейтинговыми системами при мониторинге высших учебных заведений // Управление наукой и наукометрия. – 2024. – № 4. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-i-pokazateli-primenyayemye-mezhdunarodnymi-reytingovymi-sistemami-pri-monitoringe-vysshih-uchebnyh-zavedeniy> (дата обращения: 19.04.2025).

5. Губа К. С. Наукометрические показатели в оценке российских университетов: обзор исследований // Мир России. Социология. Этнология. – 2022. – № 1. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/naukometricheskie-pokazateli-v-otsenke-rossiyskih-universitetov-obzor-issledovaniy> (дата обращения: 19.04.2025).

6. Ендовицкий Д. А., Коменденко С. Н. Предприятия и вузы: мониторинг сотрудничества // Высшее образование в России. – 2016. – № 2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/predpriyatiya-i-vuzy-monitoring-sotrudnichestva> (дата обращения: 19.04.2025).

7. Кинчарова А. В. Методология мировых рейтингов университетов: анализ и критика // Университетское управление: практика и анализ. – 2014. – № 2 (90). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologiya-mirovyh-reytingov-universitetov-analiz-i-kritika> (дата обращения: 19.04.2025).
8. Константинова Л. В. Рейтингование структурных подразделений вуза: модели и решения / Л. В. Константинова // Высшее образование в России. – 2020. – Т. 29, № 8-9. – С. 85-94. – DOI 10.31992/0869-3617-2020-29-8-9-85-94. – EDN BSJDBX.
9. Косолапов Ю. В., Костромина Е. А. Рейтинг как маркетинговый инструмент повышения конкурентоспособности вуза / Ю. В. Косолапов, Е. А. Костромина // Наука и образование: будущее и цели Устойчивого развития: материалы XVI международной научной конференции, в 4 ч., Москва, 27 ноября 2020 года. Т. 2. – Москва : Московский университет им. С. Ю. Витте, 2020. – С. 139-145. – EDN XOOEWS.
10. Методология рейтинга вузов России hh.ru : [электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <https://hh.ru/article/30909> (дата обращения: 19.04.2025).
11. Никитин А. П. Макдональдизация высшего образования // Идеи и идеалы. – 2018. – № 3 (37). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/makdonaldizatsiya-vysshego-obrazovaniya> (дата обращения: 19.04.2025).
12. Опубликован национальный рейтинг университетов по версии «Интерфакс» : [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/education/516535-opublikovan-nacional-nyj-rejting-universitetov-po-versii-interfaks> (дата обращения: 19.04.2025).
13. Программа «Приоритет 2030» : [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://priority2030.ru/analytics> (дата обращения: 19.04.2025).
14. Разумова Т. О., Лебедева П. С. Влияние требуемых работодателем компетенций на уровень предлагаемой заработной платы на российском рынке труда // Социально-трудовые исследования. – 2023. – № 3 (52). – Режим

доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-trebuemyh-rabotodatelem-kompetentsiy-na-uroven-predlagaemoj-zarabotnoj-platy-na-rossijskom-rynke-truda> (дата обращения: 19.04.2025).

15. Рахманова М. С., Николаева В. И. Методика оценки имиджа предпринимательского вуза на основе теории заинтересованных сторон // *π-Economy*. – 2010. – № 4, вып. 102. – С. 191-194.

16. Рейтинг университетов мира QS : [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.educationindex.ru/articles/university-rankings/qs/> (дата обращения: 19.04.2025).

17. Сидорова А. А. Сотрудничество университетов и бизнеса: направления взаимодействия // *Вестник РУДН. Серия: Экономика*. – 2019. – № 2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotrudnichestvo-universitetov-i-biznesa-napravleniya-vzaimodeystviya> (дата обращения: 19.04.2025).

18. Стукалова А. А. Оценка привлекательности университетов на основе их рейтинговых позиций // *Международная торговля и торговая политика*. – 2014. – № 7-8. – С. 89-96.

19. Стукалова И. Б. Конкурентоспособность российских университетов и академические рейтинги // *Современное образование*. – 2019. – № 2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentosposobnost-rossijskih-universitetov-i-akademicheskie-reytingi> (дата обращения: 19.04.2025).

20. Юкина Н. А. Мониторинг качества и эффективности образования / Н. А. Юкина // *Конкурентоспособность будущего специалиста XXI века: проблемы, поиски, решения: материалы круглого стола, Йошкар-Ола, 19 сентября 2017 года / Марийский государственный университет*. – Йошкар-Ола : Марийский государственный университет, 2017. – С. 77-80. – EDN XTSGWT.

21. Freeman R., Mcvea J. A Stakeholder Approach to Strategic Management // *SSRN Electronic Journal*. – 2001. – DOI 10.2139/ssrn.263511.

22. QS World University Rankings 2025: Top global universities : [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.topuniversities.com/world-university-rankings> (дата обращения: 19.04.2025).

*Оригинальность 79%*