DOI: 10.37791/1993-7598-2020-14-4-84-94

Лукашенко М.А., ORCID 0000-0001-8707-486X, докт. экон. наук, профессор кафедры корпоративной культуры, Университет «Синергия», Москва, Россия, MLukashenko@synergy.ru

Добровольская Т.Ю., ORCID 0000-0001-7728-1638, старший преподаватель кафедры корпоративной культуры, Университет «Синергия», Москва, Россия, TДobrovol'skaia@synergy.ru

Цифровая корпоративная культура предпринимательского университета

Современный этап общественного развития характеризуется активной цифровой трансформацией всех отраслей экономики, в частности образования, что проявляется в деятельности прежде всего предпринимательских университетов. Для успешной цифровой трансформации необходима цифровая корпоративная культура, которая становится конкурентным преимуществом предпринимательского университета. Исследование параметров и показателей цифровой корпоративной культуры становится актуальной научной задачей. Целью статьи является выявление таких параметров и показателей. Задачи статьи — рассмотрение специфики предпринимательского университета, обоснование того, что его цифровая трансформация является конкурентным преимуществом, анализ цифровой корпоративной культуры и значений его показателей в предпринимательских университетах. В статье предлагаются параметры и показатели цифровой корпоративной культуры, значения которых можно выявить в открытых источниках. Показано, что к параметрам относятся: наличие цифровой системы управления обучением, образовательной платформы, учебных и коммуникативных приложений, использование цифровых образовательных сервисов, разработанная стратегия цифровой трансформации университета, цифровая компетентность студентов, сотрудников, преподавателей. В статье на основе анализа сайтов, приложений и образовательных платформ выявляются значения показателей цифровой корпоративной культуры ведущих предпринимательских университетов.

Ключевые слова: цифровая культура, цифровая корпоративная культура, предпринимательский университет, цифровая трансформация, конкурентное преимущество

Введение

Пандемия и карантин невольно стали мощным импульсом цифровой трансформации высшего образования, предпосылки которой зрели на протяжении практически 20 лет. Цель такой трансформации — переход к цифровому университету, под которым мы понимаем университет с высоким уровнем цифровой корпоративной культуры. Сильная цифровая культура становится конкурентным преимуществом предпринимательских университетов и ключевым фактором успеха в цифровой трансформации. Однако не существует однозначного толкования, что следует относить к показателям цифровой корпоративной

культуры, тем более предпринимательских университетов, в чем и как она проявляется, и можно ли отследить ее проявления в открытых источниках. Целью данной статьи является поиск ответов на данные вопросы. Для этого в статье рассмотрено понятие предпринимательского университета и показано, что его цифровая трансформация является серьезным конкурентным преимуществом на рынке образовательных услуг. Далее обосновываются параметры и показатели цифровой корпоративной культуры и проводится исследование их значений в ведущих предпринимательских университетах на основе вторичной информации — публикаций в открытых источниках. Показано, что, ориентируясь на данные пока-