|  |
| --- |
| Приложение 6  к протоколу ученого совета  НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург  от 24.11.2016 № 8.3.1.8-07/11/16 |

**План продвижения образовательных программ НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург на зарубежных рынках и рекрутинга иностранных граждан на 2016-2017г.**

План рекрутинга иностранных студентов на 2016-17 учебный год направлен на выполнение следующих ***целей***:

1. обеспечение выполнения поручения Ректора НИУ ВШЭ по достижению филиалом заданных целевых показателей набора иностранных граждан на обучение в 2017/18 учебном году на места с оплатой стоимости обучения, а также на места в пределах квот Правительством РФ, на которые НИУ ВШЭ имеет право проводить самостоятельный отбор;
2. в долгосрочной перспективе – продолжение развития инструментария для продвижения бренда НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург на зарубежных рынках и формирование лояльности к портфелю образовательных программ филиала у целевых групп в фокус-регионах в рамках реализация стратегии интернационализации филиала, а также формирование устойчивых каналов для обеспечения прогнозируемого набора иностранных абитуриентов высокого качества, прежде всего, на платные места, а также на квотные места.

***Задачи Плана рекрутинга:***

* диверсификация стратегий продвижения и рекрутинга (по странам, по программам, по инструментам)
* распределение ресурсов и центров ответственности
* «дорожная карта» комплекса мероприятий по продвижению и рекрутингу

**Прогноз структуры приема**

***По соотношению платных и квотных мест на различных уровнях образования:***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Уровень** | **На платные места** | | **На квотные места** | |
| **2016/17** (план / факт) | **2017/18\*** | **2016/17**  (план / факт) | **2017/18\*\*** |
| Бакалавриат | 21 / 7 | 85 | 77 / 83 | 77 |
| Магистратура | 23 / 10 | 60 | 35 / 30 | 35 |
| **Всего:** | 44 / 17 | **145** | 112 / 113 | **112** |
| **Прогноз численности новых иностранных студентов в 2017/18 у.г.:** | | | | **257** |
| **Прогноз общей численности иностранных студентов, обучающихся в филиале на 01.10.2017:** | | | | **515 чел.**  **10%\*\*\*** |

\* целевые показатели установлены в соответствии с поручением Ректора о соблюдении принципа «1:1» и принципа «не менее 5 мест на каждую программу»

\*\* объем квот НИУ ВШЭ на 2017 год еще не известен; приведены ориентировочные цифры на уровне 2016 года

\*\*\* из расчета прогноза общей численности контингента ~5000 чел. на 01.10.2017

Разбивка контрольных цифр приема ИГ по ОП приведена в Приложении 1.

***По региональным фокус-группам:***

Прогноз структуры приема по региональным фокус-группам составлен с учетом:

* динамики географии приема в 2014-2016гг.;
* ожидаемого эффекта от мероприятий по продвижению за рубежом в 2016-2017гг.;
* развития портфеля ООП филиала

Основную часть контингента иностранных абитуриентов русскоязычных программ бакалавриата и магистратуры, включая новые и переформатированные программы, в 2017 году будут по-прежнему составлять граждане стран СНГ, а также граждане стран ближнего и дальнего зарубежья, владеющие русским языком на высоком уровне.

Перевод ОП бакалавриата «Менеджмент» и «Политология и мировая политика» полностью на английский язык (при условии закрепления возможности сдачи вступительных испытаний, ВКР и итоговой аттестации на английском) позволит увеличить долю иностранных абитуриентов бакалавриата из стран ближнего и дальнего зарубежья, в т.ч. не владеющих (или ограниченно владеющих) русским языком.

Перевод МОП «Comparative Politics of Eurasia» позволят увеличить долю иностранных абитуриентов из стран дальнего зарубежья.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Региональная фокус-группа** | **Прогноз структуры иностранных абитуриентов, % от общего планового числа на 2017/18** | | | |
| Бакалавриат | | Магистратура | |
| 2016/17 (факт) | 2017/18 | 2016/17 (факт) | 2017/18 |
| СНГ | 84% | 75% | 40% | 35% |
| Ближнее зарубежье | 16% | 15% | 17% | 20% |
| Дальнее зарубежье | 0% | 10% | 43% | 45% |

***По Nationality Mix:***

В рамках приемной кампании ИГ в 2017 году представляется целесообразным установить негласное квотирование абитуриентов из ряда стран СНГ, исходя из их текущей численности (во избежание формирования внутрикампусных и внутрипрограммных «диаспор»):

* Молдова и ПНР (уже обучается более 30 чел.)
* Узбекистан (уже обучается более 15 чел.)
* Казахстан (уже обучается более 30 чел.)

Квотирование предлагается осуществлять путем распределения квотных мест в пользу равноценных кандидатов из других стран (при наличии таковых), а также путем ограничения количества новых студентов на одной программе (не более 5 человек).

**Региональные приоритеты и страновая диверсификация**

Предложение по региональным/страновым приоритетам подготовлено на основе:

* странового анализа, проведенного в рамках разработки проекта Стратегии рекрутинга НИУ ВШЭ на 2016-2020гг.;
* соотнесения потенциально интересных для ИГ направлений подготовки (на основе данных информационного бюллетеня РУДН за 2010-2014 гг., число респондентов – 7000 чел.) с портфелем ОП НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург;
* результатов информационной сессии по итогам выездных рекрутинговых мероприятий филиала в 2016 году;
* анализа спроса на ОП филиала у абитуриентов из ключевых стран (приложение 2);

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Региональные фокус-группы** | **Страны** | **Приоритет** | **Приоритет продвижения БОП** | **Приоритет продвижения МОП** |
| **СНГ** | Армения | высокий | все, особенно ЭК, ЛОГ, М, ЮР | все, особенно ПЭиММ, ФИН, АБД, СУЛ, ЭВ |
| Казахстан | высокий | все, особенно ЛОГ, ПМП, ССИ, ЭК, М | все, особенно АДВ, СУЛ, ЭВ, СПЕ |
| Узбекистан | высокий | все, особенно М, ЭК, ЮР, ПМП | все, кроме англоязычных |
| Киргизия | высокий | ЛОГ, М, русскоязычные соц.-гум. профиля | русскоязычные соц.-гум. профиля |
| Молдова и ПНР | средний | ЛОГ, ЮР, ВВ, ПМП, М | русскоязычные соц.-гум. профиля, особенно ЭВ |
| прочие СНГ | низкий | все | все |
| **Ближнее зарубежье** | Эстония | высокий | все, особенно ЮР, ЭК, М, ЛОГ, ССИ, ПМП | все, особенно ЭВ, СУЛ, ФИН, ПМДИ, СПЕ, МА |
| Латвия | высокий | все, особенно ЮР, ЭК, М, ЛОГ, ССИ, ПМП | все, особенно ЭВ, СУЛ, ФИН, СПЕ, МА |
| Болгария | высокий | ВВ, ИСТ, ФИЛ, ЛОГ, ПМП, | ЭВ, СУЛ, МА |
| Сербия | высокий | ФИЛ, ВВ, ЛОГ, ПМП, ИСТ | ЭВ, СУЛ, МА |
| Монголия | высокий | все, особенно ЭК, М, ЛОГ, ССИ | англоязычные |
| прочие БЗ | низкий | все | все |
| **Дальнее зарубежье** | Вьетнам, Таиланд | высокий | М, ЛОГ, ФИЛ | ГОЭРСА, ФИН, СПЕ |
| Турция | изучается | анализ спроса | анализ спроса |
| Гана | средний | нет | ПМДИ, СПЕ  необходим анализ успеваемости |
| Индия | высокий | необходим анализ спроса | англоязычные;  необходим анализ спроса |
| Тунис, Марокко | высокий | нет | ФИН, СПЕ |
| Нигерия | высокий | нет | англоязычные |
| Индонезия | высокий | М, ФИЛ | ГОЭРСА, англоязычные |
| Европа | высокий | Russian Studies + М, ФИЛ | англоязычные |
| США, Канада | высокий | Russian Studies | ПМДИ, СПЕ, ФИН |
| **Китай** | КНР | высокий | необходим анализ спроса, возможно ЛОГ, ЮР, ФИЛ | ФИН, СПЕ, СУЛ, ГКП |
| **Ближний Восток** |  |  | высокие риски | англоязычные (с осторожностью) |

**Структура портфеля ОП с точки зрения коммерческого потенциала**

Анализ структуры спроса иностранных граждан на программы бакалавриата и магистратуры филиала (приложение 3) позволяет выделить три категории программ:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **потенциал** | **бакалавриат** | **магистратура** | **комментарий** |
| высокий коммерческий потенциал | Менеджмент Экономика  Логистика Юриспруденция  ПМП Востоковедение | ФИН ПМИ ПЭиММ ЭВ СУЛ АДВ | подлежат продвижению в первую очередь (приоритет при подготовке медиа-материалов, приоритетная реклама на соответствующих рынках и в интернете и т.д.). |
| низкий коммерческий потенциал | История ГМУ Филология | МТ\* ГМУ\* ССА ГКП ПиУ\* | необходимо предусмотреть меры (incentives), стимулирующие дополнительные усилия программ по привлечению платных иностранных студентов |
| потенциал не раскрыт | ССИ | АБД МА\* ГРУ\* СПЕ\* ГОЭРС | необходим мониторинг спроса параллельно с интенсивным продвижением |

**Инструменты продвижения и рекрутинга**

План рекрутинга на 2017 год предполагает сбалансированное использование следующих ключевых инструментов продвижения и рекрутинга:

***1) продвижение и рекрутинг в интернете и социальных сетях***

* доработка и оптимизация англоязычной версии сайта филиала в соответствии с рекомендациями, полученными в рамках проведенного комплексного самообследования, придав главной странице ориентацию в первую очередь на абитуриента, в т.ч.:
  + добавить на главную страницу разделы Scholarships/Financial Aid, Career, Alumni/Testimonials, Student Life, а также раздела для родителей – Parent’s Guide to HSE St. Petersburg
  + переработать раздел About Campus, сделав упор на важные для абитуриента показатели: рейтинги, аккредитации, звездные профессора, партнеры, % иностранных студентов, общежития, спорт и др. внеучебная деятельность
  + если не будет технической возможности реализовать функцию Apply Online, сделать модуль Inquire Us Now (запрос условий обучения, совета по выбору программы и путей поступления + сбор контактов потенциальных абитуриентов);
  + установить повышенные требования к содержанию и переработать имеющийся контент сайтов всех ОП (раздел for Applicants)
* оптимизация русскоязычной версии сайта филиала под потребности русскоговорящих иностранных абитуриентов (создание раздела «Для иностранных абитуриентов»);
* регулярное формирование SEO-оптимизированного контента сайта;
* продвижение на специализированных порталах MasterStudies и MasterPortals в рамках заключаемых Москвой контрактов (уточнить на 2017 год), а также поиск альтернативных площадок для продвижения программ филиала;
* развитие аккаунтов и пабликов филиала и проведение таргетированных рекламных кампаний в ключевых русскоязычных (VK) и англоязычных (FB, Instagram, Twitter) социальных сетях;
* реализация отдельного проекта по Китаю: создание сайта-визитки филиала на китайском языке, создание страницы филиала в китайском аналоге Wikipedia, создание и ведение аккаунтов/каналов филиала в китайских соц. сетях Weibo, RenRen, WeChat, а также аккаунтов/пабликов на китайском языке в VK и FB;
* проверка возможности создания отдельных профилей филиала / уточнение информации о филиале в существующих профилях НИУ ВШЭ на крупных международных интернет-порталах (QS Topuniversities, THE, StudyInRussia.ru, сайты ассоциаций, в которых оформлено членство и др.);
* создание базы email-адресов потенциальных абитуриентов и организация регулярной рассылки новостной и рекламной информации по базе, а также создание модуля «Subscribe» на главной странице сайта филиала для пополнения базы

***2) продвижение и рекрутинг с привлечением внешних поставщиков рекрутинговых услуг***

* развитие сотрудничества с рекрутинговыми агентствами и задействование дополнительных каналов получения заявок (подробный план работы с агентами приведет в «дорожной карте»)

***3) продвижение через институциональные связи***

* создание шаблона электронного новостного бюллетеня для партнеров (по аналогии с московским HSE University Review) и его регулярная (раз в 1-2 месяца) рассылка по всем партнерам;
* внедрение практики кросс-постинга: переговоры с партнерами о взаимном размещении ссылок на сайт/новости филиала на сайтах партнеров;
* пересылка промо-материалов филиала в РЦНК в приоритетных странах;
* предоставление промо-материалов филиала в КЦМС КНВШ и КВС СПб, а также в консульские и культурные учреждения, общины и диаспоры приоритетных стран в СПб;
* поиск и установление сотрудничества со школами, в которых обучаются иностранные граждане (дети дипломатов и бизнесменов);
* обновление медиа-пакета филиала (см. отдельный пункт)

***4) продвижение и рекрутинг путем прямого взаимодействия с потенциальными абитуриентами***

* максимальное участие в выездных мероприятиях, организуемых Москвой в приоритетных странах (студенческая олимпиада, МОМ, Дни Вышки, конкурс НИРС и итоговая конференция, мероприятия выездного квотного отбора);
* собственные выездные мероприятия филиала (ФЦПРЯ, промо-выезды, выставки);
* презентации ОП для иностранных студентов, обучающихся в филиале по обмену;
* презентации студентов филиала, выезжающих по обмену за рубеж, в принимающих вузах-партнерах;
* проведение собственных интеллектуальных и информационных мероприятий на площадке филиала для целевых групп и партнерских организаций (OpenHouse, International Week, Зимняя школа, Конгресс учителей);
* развитие и продвижение (формирование КП, рассылка по турфирмам, партнерским школам) коммерческих краткосрочных программ образовательного туризма: University and Culture in St. Petersburg (UniCS), программа образовательного туризма для зарубежных школьников и абитуриентов;
* развитие института HSE St. Petersburg Ambassadors, в т.ч. выделение бюджета для проведения рекламных мероприятий;
* начало работы с иностранными выпускниками филиала в рамках концепции работы с выпускниками, разработанной весной 2016 года;
* разработка и обязательное снабжение промо-пакетом преподавателей и научных сотрудников филиала, выезжающих в зарубежные командировки;
* введение позиций Academic Advisor (представитель факультета, к которому абитуриент может обратиться за помощью в подборе подходящей программы) и Student Advisor (один или несколько иностранных студентов-добровольцев для каждой программы, к которому абитуриент может обратиться с вопросами по обучению и жизни в кампусе);
* проведение анкетирования родителей иностранных студентов на предмет удовлетворенности учебой их детей;
* проведение сессий с фокус-группами иностранных студентов для выявления основных мотиваторов выбора вуза и формирования правильных маркетинговых месседжей

***5) Продвижение через научные СМИ***

Необходимо рассмотреть возможность адаптации для филиала схемы работы Москвы, где научный блок дал Дирекции по связям с общественностью возможность получать электронное оповещение о добавлении статей исследователей НИУ ВШЭ в базу Scopus в момент публикации. Сотрудник Дирекции просматривает все статьи и выбирает привлекательные для дальнейшего продвижения. Далее сотрудник уже по выбранным статьям получает заключение научного блока и одобрение дальнейшего продвижения. По отобранным статьям готовится пресс-релиз на английском языке, распространяемый по следующим каналам:

1. База иностранных СМИ, наработанная в дирекции (данные МИД РФ по корпункам СМИ в России, собственные конкретные контакты профильных отделов иностранных СМИ).
2. Размещение релиза в ленте новостей российской науки информационного агентства ИТАР ТАСС. Новость появляется на английской версии агентства и дополнительно рассылается в иностранные новостные агентства.
3. Размещение релиза на специализированном портале новостей о науке **eurekalert.org**. Портал является агрегатором научных новостей со всего мира и с него идет прямое цитирование в профильных разделах СМИ со всего мира.

При этом продвижение через СМИ образовательных продуктов затруднено – серьезным СМИ нужна информация о науке, образовательные продукты интересны им только для рекламы. Через новости науки университет также привлекает абитуриентов, знакомя их с результатами научных трудов и ключевыми персонами, но основным каналом продвижения образовательных продуктов остаются специализированные порталы.

На этом направлении предлагается развивать работу с агрегаторами (ТАСС.Наука, eurekalert.org, alphagalileo.org) и организовать прямое взаимодействие с профессиональными и научными СМИ:

* <http://www.scientificamerican.com/>
* <http://motherboard.vice.com/tag/motherhood>
* <http://www.dailyexpress.com.my/>
* <http://www.wired.com/>
* <https://www.sciencenews.org/>
* <http://nymag.com/scienceofus/>
* <http://www.eetimes.com/>

***Обновление медиа-пакета:***

* обновленная общая презентационная брошюра на английском языке;
* двуязычная брошюра Study at HSE St. Petersburg! (краткое описание кампуса + BSP + admissions + краткое описание всех ОП + отзывы иностранных студентов);
* буклеты Study at HSE St. Petersburg!, ориентированные на каждую приоритетную страны (BSP + admissions + scholarships + перечисление наиболее востребованных программ + отзывы студентов из этой страны), для некоторых стран – на национальном языке;
* отдельные буклеты по каждой ОП (degree requirements + admission + brief profile + % international students + nationality mix + core courses + exchange/internships + career/academic progression + partners + отзывы студентов);
* брошюра для агентов (брошюра Study at HSE St. Petersburg! + how to sell)
* буклеты/флаеры программ Russian Studies, ЛШ/ЗШ, Semester in St. Petersburg, OpenHouse
* флаер HSE St. Petersburg Scholarships (квоты и скидки)
* банк профессиональных фотографий иностранных студентов
* текстовые отзывы и интервью с иностранными студентами
* видео-отзывы и интервью с иностранными студентам

8-10 видео-роликов о филиале (1 – общий презентационный, 2 – рекрутинговый со студентами и для студентов, по одному ролику для каждой англоязычной программы)

* видео-ролики с АР всех программ
* обновленная электронная презентация филиала
* рекрутинговая презентация Study at HSE St. Petersburg!
* брошюра для иностранных студентов International Student Handbook
* буклет для родителей иностранных абитуриентов Parent’s Guide to HSE St. Petersburg (рейтинги, признание дипломов, карьерные/академические перспективы, безопасность, контакты для обратной связи)

**Примерный баланс инструментов по фокус-регионам и странам**

По всем странам фокус-региона помимо указанных инструментов планируется участие в выездных мероприятиях, организуемых Москвой, а также размещение промо-материалов филиала в РЦНК (при их наличии).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Региональные фокус-группы** | **Страны** | **Ключевые инструменты**  **(собственные филиала, помимо Москвы)** |
| **СНГ** | Армения | выезд в школы и вузы-партнеры;  развитие ПДД с ЕГУ;  скидки и квоты;  работа с диаспорой;  агенты;  SMM;  Ambassadors;  ФЦПРЯ |
| Казахстан | выезд в Назарбаевские школы;  интеллектуальные мероприятия (iWeek, study tour)  агенты;  SMM;  Ambassadors |
| Узбекистан | агенты;  SMM;  Ambassadors |
| Киргизия | скидки и квоты;  SMM;  Ambassadors;  ФЦПРЯ |
| Молдова и ПНР | скидки и квоты;  SMM;  Ambassadors |
| **Ближнее зарубежье** | Эстония, Латвия | выезд по школам-партнерам;  интеллектуальные мероприятия (Конгресс учителей, iWeek, study tour, тьюторинг)  Агенты  Лидогенерация  Ambassadors  ФЦПРЯ  выставка |
| Болгария, Сербия | Конгресс учителей;  агенты;  лидогенерация  Ambassadors |
| Монголия | Ambassadors |
| **Дальнее зарубежье** | Вьетнам | Интернет;  выезд в школы и вузы-партнеры (вместе с Москвой);  подписание соглашений с вузами-партнерами, организация совместного ПО;  ФЦПРЯ  лидогенерация;  агенты |
| Гана | Ambassadors;  агенты |
| Индия | институциональные контакты;  study tours;  агенты;  интернет;  выставка QS World Grad Tour India;  квоты в рамках СУ БРИКС |
| Марокко | институциональные контакты;  study tours;  агенты |
| Нигерия | агенты;  ambassadors;  лидогенерация |
| Индонезия | агенты;  study tours;  институциональные контакты;  интернет;  лидогенерация |
| США, Канада | интернет  study tours  лидогенерация;  агенты |
| **Китай** | Китай | институциональные контакты, визит в вузы-партенры;  ФЦПРЯ;  специальный интернет/SMM проект;  агенты  интеллектуальные мероприятия (iWeek, ЛШ)  квоты  выставка |

**Ресурсное обеспечение Плана рекрутинга 2016-17**

Увеличение целевых показателей набора иностранных граждан в 2017 году и изменение методологии и инструментария продвижения и привлечения (в связи с резким смещением акцента на платный набор) потребует следующее увеличение ресурсного обеспечения реализации Плана рекрутинга:

* значительная часть комплекса мер по продвижению и рекрутингу будет сосредоточена в сфере Digital Marketing и Social Media Marketing, а также в сфере копирайтинга (повышения качества и объема цифрового и печатного контента), что требует усиления ЦКИП специалистом соответствующей квалификации, желательно – носителем английского языка (1,0 ставки менеджера по продвижению на зарубежных рынках);
* в связи с резким смещением акцента с квотного на платный набор ключевыми факторами успеха (удержания лидов и их конверсии в студентов) становятся скорость и качество коммуникации с потенциальным клиентом, своевременная и качественная обработка поступающих заявок, для обеспечения которых требуется усиление ЦМС специалистом по работе с иностранными абитуриентами (1,0 ставки менеджером);
* экспоненциальный рост числа иностранных студентов (удвоение к 1 сентября 2017) потребует дальнейшего увеличения ресурса для обеспечения их миграционного учета и визового сопровождения и потребует усиление ЦМС дополнительной ставкой менеджера по миграционному учету, которую необходимо ввести не позднее 1 июля 2017 года. В случае возможности более раннего введения этой ставки (с января 2017) представляется возможным завершить консолидацию соответствующего функционала в компетенции одного подразделения, передав в ЦМС функционал по оформлению визовых приглашений (сейчас делает ЦМО) и миграционного учета иностранных работников филиала (сейчас делает ОК).
* увеличение численности контингента иностранных студентов, обучающихся на разных факультетах, потребует выделения на каждом факультете сотрудника, ответственного за работу с иностранными студентам; учитывая поручение Ректора по вовлечению факультетов и программ в процесс продвижения и привлечения иностранных студентов, уже в 2017 году представляется целесообразным определить ответственных за эти направления работников на каждом факультете; на данном этапе это может быть заместитель декана, который мог бы уже сейчас исполнять функцию Academic Advisor для иностранных абитуриентов, а также координировать участие факультета в процессах продвижения и рекрутинга;
* увеличение объемов договорной работы и необходимость создания «единого окна» для приема документов от платных иностранных абитуриентов в 2017 году требует усиления состава Приемной комиссии англоговорящим специалистом (возможно, волонтером) на период приемной кампании.

Бюджетный запрос на реализацию предусмотренных Планом мероприятий, календарный план мероприятий и распределение центров ответственности указаны в «дорожной карте» Плана продвижения и рекрутинга на 2016-2017гг.