

Электронная интернационализация 2.0: как управлять международным digital-брендом университета

Пандемия заставила выйти в онлайн даже те университеты, которые ранее ориентировались на инструменты оффлайн рекрутинга. Российские вузы оказались в разной мере готовы к онлайн приемной кампании 2020 года, однако, во многих случаях срабатывали наработанные в предыдущие годы механизмы набора и проведенные до локдауна мероприятия. Приемная кампания 2021 года предъявит более жесткие требования к digital-брендам и интернет коммуникациям российских университетов. Именно поэтому важно инвестировать в мероприятия международного digital-маркетинга.

Международный digital-бренд университета – это комплексное представление университета в зарубежном интернет-пространстве. Управление digital-брендом включает в себя следующие функции:

- 1) Исследование представления международного digital-бренда университета в различных каналах интернет коммуникаций.
- 2) Формулирование послания бренда и профиля позиционирования для зарубежной целевой аудитории.
- 3) Определение экспортного портфеля образовательных и научных услуг.
- 4) Разработка инструментов и выбор каналов для продвижения университета в зарубежном интернет-пространстве.
- 5) Выстраивание коммуникационной стратегии с зарубежными целевыми аудиториями.
- 6) Проектирование внутренних бизнес-процессов университета по управлению электронной интернационализацией.

Структура программы

День	Вид работы	Формат
Понедельник	Выступления экспертов по каждой из функций управления digital-брендом	Оффлайн + трансляция
Вторник	Разбор кейсов и методик управления digital-брендом университета	Оффлайн + трансляция
Среда	Разработка проектов программы	Онлайн
Четверг	электронной интернационализации университета 2.0 под руководством экспертов	Онлайн
Пятница	Защита проектов	Онлайн

Описание программы

День 1 – экспертный

Время	Тема / Мероприятие	Спикер	Организация, должность
10.30 – 11.10	Роль digital-бренда в управлении международной репутацией университета	Elisa Montserrat	Marketing Director, University of Navarra
11.10 – 11.30	Обсуждение		
11.30 – 12.10	Delivering effective digital brand campaigns – How to plan, deliver, optimize and track campaigns in multiple markets	Dan Beynon, Aimee Kleinman	Head of Education Education Marketing Consultant SMRS (London)
12.10 – 12.30	Обсуждение		
12.30 – 13.30	Обед		
13.30 – 14.10	Аудит электронной интернационализации российских вузов: опыт РСМД	Елена Карпинская	Заместитель программного директора, Российский совет по международным делам
14.10 – 14.30	Обсуждение		
14.30 – 15.10	Проектирование международного digital-бренда: быть уникальными и отличаться от конкурентов	Юлия Эмер	Начальник управления информационной политики, Томский государственный университет
15.10 – 15.30	Обсуждение		
15.30 – 16.00	Кофе брейк		
16.00 – 16.40	Коммуникационная стратегия в зарубежном интернет-пространстве	Ольга Крылова	Начальник Управления по международным связям, НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург
16.40 – 17.00	Обсуждение		
17.00 – 17.40	Экспортный портфель образовательных услуг: как управлять?	Марина Махотаева	Директор центра организации науки и академического развития НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург
17.40 – 18.00	Обсуждение		

День 2 – методический

Время	Тема	Исследовательский вопрос
КЕЙСЫ		
9.30 – 10.00	Кейс внедрения программы электронной интернационализации в Новосибирском государственном университете	
10.00 – 10.30	Кейс внедрения программы электронной интернационализации в Ижевском государственном техническом университете им. М.Т. Калашникова	
10.30 – 11.00	Кейс внедрения программы электронной интернационализации в Сыктывкарском государственном университете им. Питирима Сорокина	
11.00 – 11.30	Кофе брейк	
МЕТОДИКИ		
11.30 – 12.00	Методика исследования международного digital-бренда	1. Как мы выглядим в глазах иностранных абитуриентов?
12.00 – 12.30	Методика аудита идентичности бренда: анализ отчетных материалов, портфельный анализ экспортных образовательных программ, опросы иностранных студентов и преподавателей	2. Какие мы на самом деле и что мы можем предложить иностранным абитуриентам?
12.30 – 13.00	Методика конкурентного анализа: от конкуренции к кооперации	3. Чем мы отличается от конкурентов в интернет-пространстве?
13.00 – 14.00	Обед	
14.00 – 15.00	Методика разработки целевой модели бренда вуза в зарубежном интернет пространстве: профиль позиционирования, атрибуты, способы активизации бренда, коммуникации бренда	4. Как мы хотим выглядеть в глазах иностранных абитуриентов в зарубежном интернет-пространстве?
15.00 – 16.00	Методика разработки технических заданий исполнителям по работе с отдельными интернет-каналами	5. Что нужно сделать, чтобы нас увидели иностранные абитуриенты?
16.00 – 16.30	Кофе брейк	
16.30 – 17.30	Методика разработка регламента электронной интернационализации	6. Как создать устойчивый эффект от разработанных мероприятий?
17.30 – 18.00	Подведение итогов	Вопросы слушателей

День 3 – проектный

Модераторы: Магдалена Гаете, Марина Махотаева, Ольга Бакуменко

Задача: проведение аудита электронной интернационализации университета: имидж бренда, идентичность бренда, конкурентный анализ (исследовательские вопросы 1-3).

Время: свободный режим работы, не менее 4 часов

День 4 – проектный

Модераторы: Магдалена Гаете, Марина Махотаева, Ольга Бакуменко

Задача: разработка целевой модели бренда вуза в зарубежном интернет-пространстве, проекта регламента электронной интернационализации (исследовательские вопросы 4-6).

Время: свободный режим работы, не менее 4 часов

День 5 – презентационный

Модераторы: Елена Карпинская, Юлия Эмер, Магдалена Гаете, Марина Махотаева, Ольга Бакуменко

Задача: презентация проекта программы электронной интернационализации университета.

Время: 10.00 – 14.00