

Об опыте продвижения Политеха на международном рынке в условиях пандемии рассказали на всероссийском форуме

Директор Центра международного рекрутмента и коммуникаций СПбПУ Мария БОЧАРОВА выступила с докладом об эффективном продвижении вуза на международном рынке в условиях пандемии на научно-практической конференции «Экспорт российского образования: вызовы и достижения». Мероприятие прошло в рамках форума сотрудников международных подразделений образовательных организаций высшего образования на базе РУДН. Также в работе конференции приняли участие представители Министерства науки и высшего образования РФ, Совета Федерации РФ, Федерального собрания РФ, ведущих вузов и организаций.



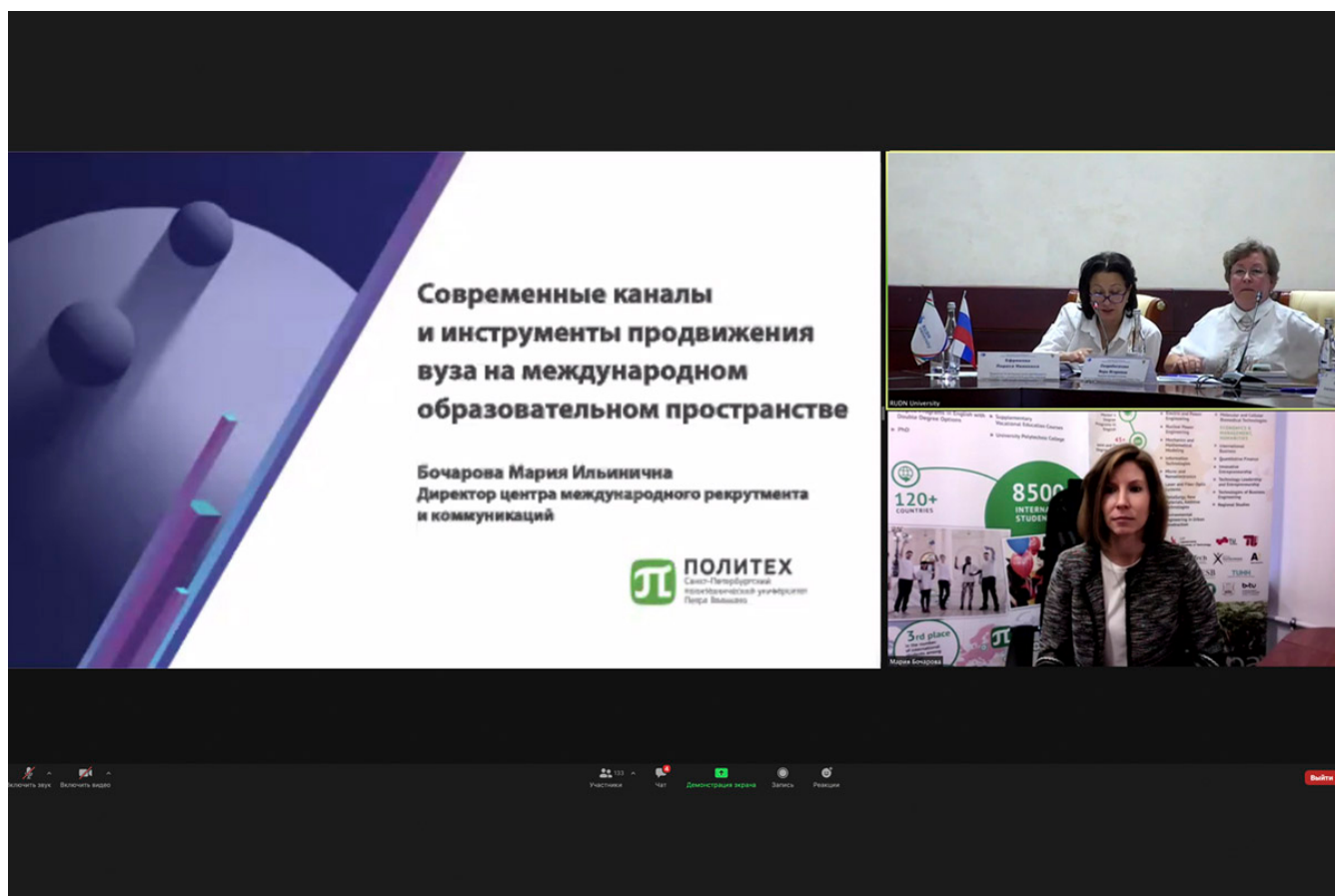
С приветственным словом к участникам обратился депутат Государственной Думы Федерального собрания Российской Федерации Виктор СМИРНОВ, который подчеркнул, что расширение экспорта образования является залогом утверждения России как научного центра мирового уровня.

На конференции ведущие эксперты представили 38 докладов, посвященных глобальным тенденциям и современным вызовам экспорта образования.

Директор Центра международного рекрутмента и коммуникаций СПбПУ Мария БОЧАРОВА поделилась опытом Политехнического университета в организации продвижения образовательных услуг на международном рынке высшего образования, в том числе — в условиях пандемии.

«На протяжении последних лет Политех является одним из лидеров экспорта образования, но в 2020-2021 году из-за пандемии коронавируса удерживать численность иностранного контингента в вузе было достаточно сложно, — отметила Мария Бочарова. — Тем не менее мы сохраняем устойчивую позицию на международном рынке высшего образования. Эти результаты набора достигаются за счет серьезной комплексной работы как в области маркетинга, так и плотного взаимодействия всех подразделений, которые занимаются привлечением, приемом и сопровождением иностранных студентов».

Пандемия коронавируса внесла значительные изменения и в процедуру набора иностранных абитуриентов, и в процессы их привлечения в вуз. В текущих условиях маркетинговая стратегия Политеха делает упор на онлайн-технологии продвижения, максимизацию информирования целевых аудиторий и интеграцию маркетинговых инструментов и коммуникаций. Университет реализует целый пул инструментов интернет-маркетинга и онлайн-мероприятий, к которым относятся развитие и администрирование сайтов, комплексная работа в ведущих англоязычных социальных сетях, взаимодействие с международными образовательными порталами, использование контекстной рекламы, проведение вебинаров и многие другие.



Результаты, которые мы получаем, говорят о том, что Политех успешно адаптировался к новым реалиям. Таргетированная рекламная кампания 2021 года дала нам порядка 450 запросов на обучение от потенциальных иностранных абитуриентов. Также мы решили заново протестировать контекстную рекламу и получили более 30 заполненных заявок на обучение от иностранных граждан. Большой популярностью у иностранцев пользуются вебинары, которые мы совместно с коллегами из международных служб и институтов проводим на официальной англоязычной странице Политеха [в Facebook](#) — с начала приемной кампании мы организовали 24 вебинара, которые суммарно посмотрели около 25 тысяч пользователей. Кроме того, активно развивается наше сотрудничество с рекрутерами и дипломатическими службами. Например, в результате проведения вебинара совместно с Россотрудничеством в Ливане мы охватили более 8500 пользователей Facebook, — прокомментировала Мария Бочарова.

Выступление эксперта СПбПУ с большим интересом встретили остальные участники конференции. Все присутствующие сошлись во мнении, что представленные на всероссийском форуме материалы в дальнейшем будут способствовать повышению международной конкурентоспособности российского образования у зарубежных абитуриентов.

Материал подготовлен международными службами СПбПУ

Дата публикации: 2021.11.25

>>Перейти к новости

>>Перейти ко всем новостям