

ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

«ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ УНИВЕРСИТЕТА:

Вуз в публичном информационном пространстве: как создать свою историю успеха»

ПРОГРАММА

Участники: специалисты медиа центров и пресс служб, служб маркетинга, департаментов по международному развитию, приемных комиссий и специалисты, отвечающие за приемную кампанию.

В рамках программы участники:

- Увидят свой вуз глазами «внешнего» партнера и абитуриента;
- Освоят основные инструменты анализа результатов собственной коммуникационной стратегии;
- Проанализируют собственные механизмы и инструменты продвижения университета в российском и международном образовательном пространстве, обеспечивающих повышение узнаваемости и повышение качества абитуриентов;
- Сформируют дорожную - карту развития на ближайшие 12 месяцев;
- Познакомятся и научатся использовать в практической работе ключевые российские университетские ренкинговые продукты, в том числе в сопоставлении с международными университетскими рейтинговыми системами.

День 1	
ВУЗ – КАКИМ ЕГО ВИДЯТ ПАРТНЕРЫ И АБИТУРИЕНТЫ	
9:30 – 10:00	Регистрация участников. Приветственный кофе (организуется заказчиком)
10.00 – 10.30	Знакомство с участниками программы, постановка задач.
10.30 – 11.30	Установочная лекция "Информактивность: полезная, вредная и опасная». Поймём как работает информация, как изменяются аудитории, их восприятия и ценности, почему хороший контент может играть и «злые шутки».
11.30 – 14.00	Играем! «Хочу учиться в лучшем университете мира» <ul style="list-style-type: none">• Учиться в своей стране или за границей?• Выбираем страну или конкретный вуз?• Почему мы выбираем именно этот вуз в этой стране? Разделение на ролевые группы абитуриентов: российских, китайских, латиноамериканских, восточноевропейских, постсоветского пространства. Представление группами результатов проведенного анализа. Обоснование и объяснение сделанного выбора, включая перечни информационных ресурсов, которые помогли/ не помогли сделать этот выбор.
14.00 -15.00	Обеденный перерыв
15.00 – 17.00	SWOT-анализ. Коммуникационные инструменты повышения узнаваемости моего вуза и привлечения абитуриентов в России и мире. Анализируем ситуацию собственного вуза: от параметров присутствия в медиаполе до реальной стратегии развития. Переходим к коммуникационным инструментам. Строим основу будущей дорожной карты построения/улучшения коммуникационной стратегии.

17.00 – 18.00	Представление участниками результатов SWOT анализа.
18.00 – 19.00	Рефлексия по итогам 1-го дня. Ответим на вопросы: - Кто мы на самом деле? Каков наш образ «извне»? - Куда и каким путём идём? А надо ли?
День 2	
ПРОЕКТИРОВОЧНАЯ СЕССИЯ: Вуз – лидер информационного пространства.	
10.00 – 13.00	Основные инструменты оперативного анализа результатов собственной коммуникационной стратегии. Рассматриваем полезные инструменты анализа и проводим расчёт показателей вузов – участников тренинга в практическом приложении.
13.00 – 14.00	Обед
14.00 – 15.00	Играем! «К нам едут иностранные СМИ!» Разделение на ролевые группы: - готовимся к пресс-туру иностранных СМИ в вуз - готовим пресс-завтрак ректора с иностранными СМИ Концепция собственного мероприятия
15.00 – 16.30	Рассматриваем концепции мероприятия с иностранными СМИ Обсуждение полученных концепций и формирование компетенций по отработке мероприятий под иностранные СМИ
16.30 – 18.00	«Подсмотрено: полезные кейсы по развитию коммуникационной стратегии вузов» Знакомимся с полезными практиками по развитию коммуникаций. Успешными и не очень.

День 3

10.00 – 11.00	Дорожная карта вуза по развитию собственной коммуникационной стратегии. Индивидуальная работа по построению дорожных карт развития коммуникационных стратегий на базе аналитики и знаний, полученных на занятиях первых двух дней.
11.00 – 12.30	Презентация и экспертиза индивидуальных проектов. Рассматриваем и обсуждаем дорожные карты вместе с экспертами.
12.30 – 14.00	Рефлексия по итогам обучения. Подведение итогов.
14.00 – 15.00	Обратная связь. Вручение сертификатов.

ЭКСПЕРТЫ:



ТЮРИНА Наталья Владимировна, эксперт в области развития образования. Начальник управления проектов в области образования и социальной сфере Дирекции государственных интернет-проектов МИА «Россия сегодня». Окончила Самарский Государственный Университет. Затем поступила в Московскую высшую школу социальных и экономических наук. В 2010 году координировала проект Центра международного сотрудничества по развитию образования Академии народного хозяйства при Правительстве Российской Федерации. Занимается интеграцией различных ресурсов для формирования

качественных информационных продуктов. Участвует в подготовке методик по оценке качества образования, здоровья, городской среды, которые опубликованы в открытом доступе. Ею разработаны мастер-классы по методологии рейтингования объектов и услуг социальной сферы; есть собственный курс по анализу результатов деятельности региональных и территориальных систем управления социальной сферы; занимается оценкой и мониторингом систем образования различного уровня. Автор более двух десятков публикаций и монографий в области управления и организации оценки качества образования.



КЛЮШКИН Геннадий Геннадиевич, к.т.н, MBA, руководитель Программы продвижения университетов в российских и зарубежных СМИ, заместитель начальника Управления проектов в области образования и социальной сфере Дирекции государственных интернет-проектов МИА «Россия сегодня». Является экспертом в области стратегического планирования, управления бизнес-процессами и внедрения изменений в высших учебных заведениях. Опыт успешных разработок и внедрений программ и дорожных карт повышения узнаваемости брендов вузов в РФ и за рубежом, а также комплексных университетских программ повышения

востребованности результатов научной деятельности.