

**НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»**
Учебный центр подготовки руководителей (Кочубей-центр)
НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА
программы повышения квалификации
«Онлайн рекрутинг иностранных студентов: инструменты цифрового маркетинга»

Год набора: 2020/2021.

Тип программы: программа открытого набора.

Направление подготовки: менеджмент.

Цель программы: формирование у слушателей компетенций по использованию инструментов цифрового маркетинга в зарубежном образовательном пространстве.

Требования к уровню образования, квалификации, наличию опыта профессиональной деятельности поступающих для обучения по программе: высшее образование.

Перечень нормативных документов, определяющих квалификационные характеристики (требования) к выпускнику программы:

- профессиональный стандарт «Менеджер по информационным технологиям», утвержденный приказом Минтруда России N 716н от 13 октября 2014 г.;
- квалификационный справочник, утвержденный постановлением Минтруда России от 21 августа 1998 г. № 37 (редакция от 9 апреля 2018 года, в т.ч. с изменениями вступ. в силу 01.07.2018). Руководитель (ректор, директор) образовательного учреждения высшего профессионального и дополнительного профессионального образования. Руководитель (директор, заведующий, начальник) структурного подразделения. Помощник ректора (проректора).

Описание перечня профессиональных компетенций в рамках имеющей квалификации, качественное изменение которых осуществляется в результате обучения:

В соответствии с образовательным стандартом НИУ ВШЭ по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент:

- способен осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных исследовательских задач (ПК-31);
- способен находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею (ПК-27).

Планируемые результаты обучения:

Выпускники программы должны:

знать:

- основы цифрового маркетинга;
- основы брендинга университетов;
- основы электронной интернационализации университетов.

уметь:

- управлять таргетированной рекламой в социальных сетях и анализировать целевые аудитории поступающих из разных стран;
- настраивать контекстную рекламу в поисковых системах и создавать рекламные объявления для иностранной целевой аудитории;
- создавать профиль позиционирования университета на онлайн выставках;

владеть:

- навыками выбора, с какими порталами для иностранных поступающих работать, и как позиционировать университет на таких порталах;
- навыками интернет коммуникаций с целевой аудиторией.

Трудоемкость программы: 16 акад. час.

Минимальный срок обучения: 3 дня.

Форма обучения: очная.

Программа реализуется

с использованием дистанционных образовательных технологий (ДОТ) в полном объеме, включая контактную работу с преподавателем.

Численность группы: от 20 чел.

Организационно-педагогические условия реализации программы:

Профессорско-преподавательский состав:

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля)	Ф.И.О.	Должность и место работы	Ученая степень/звание
1.	Цифровой маркетинг университета: тренды и подходы к управлению	Махотаева М.Ю.	Директор ЦОНАР НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург	д.э.н., профессор
2.	Обратная воронка цифрового маркетинга: этапы и инструменты			
3.	Таргетированная реклама в социальных сетях как инструмент рекрутинга			
4.	Контекстная реклама: особенности, виды и содержание объявлений	Бакуменко О.А.	Ведущий аналитик ЦОНАР НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург	к.э.н.
5.	Онлайн выставки: позиционирование университета и призывы к действию			
6.	Образовательные порталы: какой выбрать, что размещать и чего нельзя делать			

Учебно-методическое обеспечение:

1. Кузнецова А.Ю., Карпинская Е.А. Электронная интернационализация: англоязычные интернет-ресурсы российских университетов (2017-2018 гг.) [Электронный ресурс] / Доклад РСМД № 40. 2018. Москва, 2018. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35470626>
2. Любецкий П.Б. Исследование эффективности продвижения образовательных услуг с помощью таргетированной рекламы в социальных сетях на примере рекламной кампании УО БГСХА // Вестник Белорусской государственной сельскохозяйственной академии. 2018. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-effektivnosti-prodvizheniya-obrazovatelnyh-uslug-s-pomoschyu-targetirovannoy-reklamy-v-sotsialnyh-setyah-na-primere> (дата обращения: 13.01.2021).
3. Макаров А.А., Иванченко Г.И. Опыт запуска контекстно-медийной рекламы для продвижения бренда университета в среде Google // Научные записки молодых исследователей. 2018. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/opyt-zapuska-kontekstno-mediynoy-reklamy-dlya-prodvizheniya-brenda-universiteta-v-srede-google> (дата обращения: 13.01.2021).
4. Муратова Елена Андреевна Методы внутренней и внешней поисковой оптимизации сайта // Московский экономический журнал. 2019. №9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-vnutrennei-i-vneshnei-poiskovoi-optimizatsii-sai-ta> (дата обращения: 13.01.2021).
5. Муратова Елена Андреевна Теоретические аспекты поисковой оптимизации сайта при интернет-продвижении // Московский экономический журнал. 2019. №9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-aspekty-poiskovoi-optimizatsii-sai-ta-pri-internet-prodvizhenii> (дата обращения: 13.01.2021).
6. Шитова Юлия Юрьевна, Щербакова Екатерина Всеволодовна Рекламные возможности современных интернет-ресурсов // Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral». 2019. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reklamnye-vozmozhnosti-sovremennyh-internet-resursov> (дата обращения: 13.01.2021).
7. Методика проведения аудита электронной интернационализации университета.
8. Методика разработки интернет бренда университета в зарубежном образовательном пространстве.
9. Методика продвижения бренда университета и образовательных продуктов в зарубежном образовательном интернет пространстве.

Материально-техническое обеспечение:

- ✓ Онлайн-семинары на платформе Zoom

Информационно-методическое обеспечение: во время обучения слушателям предоставляется доступ к электронным ресурсам НИУ ВШЭ.

Заместитель директора УЦПР

С.Ю. Стрелкова

Руководитель ДПП

М.Ю. Махотаева