

ОЦЕНКА ИЗВЕСТНОСТИ БРЕНДОВ РОССИЙСКИХ УНИВЕРСИТЕТОВ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ ОБРАЗОВАНИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕТРИК СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ



Петруша Полина Георгиевна,

начальник отдела интернационализации вуза, аспирант; Университет ИТМО; 197101, Санкт-Петербург, Кронверкский пр., д. 49
pgpetrusha@corp.ifmo.ru

Продвижение бренда российского образования невозможно без развития и продвижения отдельных брендов российских университетов. Отправной точкой данного продвижения является оценка известности бренда каждого университета на рынке международного образования. Это позволит более четко позиционировать и таргетировать бренд вуза как в предметных областях, так и в рамках родительского бренда «российское образование». Наиболее популярный метод оценки репутации вузов, мировые рейтинги университетов (QS, THE), недостаточно подходит для оценки брендов университетов: методика их опросов не охватывает важную часть целевой аудитории (потенциальных студентов), проводится за 4 года, что мешает оценить ситуацию на текущую дату и обладает еще рядом ограничений. Измерение узнаваемости брендов университетов в социальных сетях с помощью аналитических метрик позволяет оценить известность брендов практически в режиме реального времени и охватить как всю целевую аудиторию, так и отдельные целевые группы и подгруппы. Основными показателями известности брендов в данном случае будут являться показатели вовлеченности, а также целевые действия пользователей (отметки «нравится», распространение публикаций об университетах). В результате анализа статистики, полученной во время рекламной кампании, проводимой для Международной Олимпиады Магистров, можно сделать вывод, что для целевой аудитории (иностранцы граждане в возрасте 17–30 лет), известность брендов формируется в большей степени за счет активности университетов в среде Интернет, а не за счет отзывов выпускников или наукометрических показателей. На данный момент средний показатель вовлеченности (активного взаимодействия пользователей с публикациями об университетах) для российских вузов пока находится на низком уровне (0,4%), достигая 1 и 2% у университетов – лидеров исследования.

Ключевые слова: бренд университета; социальные сети; мировые рейтинги университетов (QS, THE); экспортный потенциал российской системы образования.

ВВЕДЕНИЕ

30 мая 2017 года был принят Приоритетный проект «Развитие экспортного потенциала российской системы образования». Одной из составляющих модели функционирования данного Приоритетного проекта является «реализация мероприятий по продвижению «бренда» российского образования на международном образовательном рынке»*. Исходя из анализа целей и задач проекта, продвижение бренда российского образования является одним из ключевых факторов повышения его конкурентоспособности на мировом рынке образовательных услуг. В свою очередь, повышение конкурентоспособности российского образования напрямую вли-

яет на инновационную составляющую развития Российской экономики и, соответственно, является одним из факторов успешной борьбы России за мировое научно-техническое лидерство.

В докладе Организации экономического сотрудничества и развития (*Organisation for Economic Cooperation and Development*), посвященном основным индикаторам высшего образования за 2017 год**, в разделе основных трендов отмечается, что активная коллаборация между студентами, учреждениями высшего образования и индустриальными партнерами способствует интенсивному трансферу знаний и технологий и росту инновационной активно-

сти. Международная же мобильность студентов и преподавателей усиливает международные научные связи, что также способствует эффективности научных исследований. Таким образом, привлечение иностранных студентов (особенно на уровне магистрантов и аспирантов) непосредственно влияет на инновационное развитие страны и ее конкурентоспособность в научно-технических областях.

Согласно тому же докладу, магистранты и аспиранты — наиболее активная целевая аудитория на международном рынке образования, поскольку около 12% магистрантов и до 27% аспирантов учатся за границей, выбирают

* http://d-russia.ru/wp-content/uploads/2017/06/education_export.pdf.

** OECD Report on Benchmarking Higher Education System Performance: conceptual framework and data 15/02/2017.