

## Коммуникационные стратегии при продвижении международных образовательных проектов

Научный руководитель – Максимова Лариса Николаевна

*Шумкаева Наталья Алексеевна*

*Студент (бакалавр)*

Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина - филиал «Российской академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Факультет политико-правового управления, Саратов, Россия  
*E-mail: shumkaevanatalia@gmail.com*

Сфера образовательных услуг в современном мире занимает лидирующие позиции, она динамично развивается, так как конкуренция в данной области с каждым годом усиливается. Без привлечения внимания потенциального клиента, вероятность приобретения продукта достаточно низкая. В условиях свободной конкуренции реклама - ключевое средство продвижения.

В период пандемии интенсивная цифровизация проявилась как характеристика трансформации образовательного процесса на школьном и профессиональном уровнях, включая дополнительное образование. При продвижении международных образовательных проектов в сложившейся ситуации необходимо учитывать все организационные моменты в процессе формирования и продвижения итогового «продукта». Особенно тщательно необходимо выбирать целевую аудиторию, которая заинтересована в образовательных проектах.

Развитие общества и образования в современном мире нуждается в новых подходах к организации учебного процесса. Необходимо обеспечить качество современного дополнительного образования. При этом нужно сохранить его фундамент и разнообразие потребностей общества и государства. Основная роль предоставляется общеобразовательной школе. Однако, это не единственное учебное заведение, в котором можно получить необходимые знания и навыки. Огромную популярность в последние годы набирает проектная деятельность на онлайн-платформах. В период пандемии данный способ получения образования актуализировался и может в скором времени полностью заменить оффлайн-формат. Проектная деятельность, прежде всего, нужна для того, чтобы вызвать интерес к образованию.

Рассмотрим наиболее подробно термин «проект». Целесообразно обратиться к следующим составляющим проекта: подготовка документа, планирование мероприятия и т.д. Проект - это как подготовка к мероприятиям, так и заранее написанный документ для обсуждения. Согласно концепции А.В. Сазановой, проект - это прототип, идеальный образ предполагаемого или возможного объекта, состояния, в некоторых случаях - план, замысел какого-либо действия.

Международные проекты занимают одну из лидирующих позиций на рынке образовательных услуг, так как международное образование пользуется большим спросом. Интеграция подобной деятельности в базовую систему российского образования может способствовать увеличению интереса обучающихся и повысить уровень знаний.

При реализации любого образовательного проекта необходимо определить целевую аудиторию и выстроить коммуникационную стратегию.

Структура коммуникационной стратегии определяет как, что и кому необходимо рассказать об определенном бренде. Для адаптации следует проанализировать текущую си-

туацию, поставить цели, определить целевую аудиторию и сегментировать базу. Цель коммуникационной стратегии - предоставить ответы на инсайты аудитории.

Рассмотрим применение стратегии на практике. В качестве практического кейса была выбрана реализация проекта «PokolenieF» Фонда регионального экономического развития «Инвестиции и Регионы». Проект в сфере международного образования «PokolenieF» предоставляет курсы с иностранными преподавателями, конференции с бизнес-партнерами из Германии и Канады, поездки в разные страны, а также консультации и помощь при поступлении в зарубежные образовательные учреждения. Целевая аудитория проекта - школьники в возрасте от 10 до 18 лет и их родители, студенты бакалавриата и магистратуры.

Партнеры проекта за рубежом: CERBA - Canada Eurasia Russia Association - Ванкуверское отделение Канадской деловой ассоциации в России и Евразии (Канада), New European College - the Genuine Business School (Германия), OKTAN Knowledge Exchange Partnership - сервис в области международного сотрудничества (Канада), в России: One World Click - сервис по международной интеграции, FincomDigital - создание, разработка сайта, продвижение проектов.

В 2020 году был реализован ряд конференций на тему образования в Канаде и проведена онлайн-школа с преподавателями из Канады. Интенсивная программа по предметам «Earth» и «English as the second language» длилась три недели. По итогам мероприятий был проведен опрос участников, с целью получения данных о темах, которые наиболее интересны целевой аудитории проекта и выявления их текущего уровня образования.

Особенности целевой аудитории заключались в предпочтениях участников. Это люди, которые желают получить образование за рубежом, узнать, как выбрать ВУЗ, образовательные программы, подать документы, подобрать последующее место работы.

Были составлены анкеты для анализа целевой аудитории, людей, который планируют поступать в учебные заведения Германии и Канады. С помощью опросов появилась возможность определить наиболее популярные направления и развивать их.

Возрастная категория: от 15 до 45 лет, то есть будущие абитуриенты на программы бакалавриата, магистратуры и их родители.

Наиболее интересные темы: выбор вуза и образовательной программы и необходимые экзамены, сертификаты.

Оформление рабочей визы и процедура трудоустройства наименее всего заинтересовала опрошенных участников, это зависит от возраста участников и предпочтений при поступлении.

Самые популярные планируемые сферы обучения: бизнес и экономика, гуманитарные науки и искусство. Работать во время учебы опрошенные не планируют, опыт работы и обучения за рубежом есть только у нескольких участников.

Апробация анкет поспособствовала упрощению сбора информации для систематизации запросов потенциальных клиентов и созданию программы по поступлению в иностранные университеты. Развитие проекта стоит направить на создание онлайн-конференций и индивидуальных консультаций по следующим темам: выбор вуза и образовательной программы, необходимые экзамены, сертификаты, сроки подачи документов.

По итогам проведенного анкетирования был расписан сценарий мероприятий по поступлению в зарубежные высшие учебные заведения на программы бакалавриата и магистратуры в Канаде и Германии:

День 1. Зарубежные образовательные программы:

- выбор страны для поступления
- поиск образовательных программ
- требования к иностранным студентам

День 2. Подача документов: система поступления в вуз

- технология поступления
- перечень документов, сроки

День 3. Жизнь за границей:

- общежитие
- система оплаты, снижение затрат на обучение
- подработка во время учёбы

В российской системе образования управление проектами следует рассматривать как процесс командной работы с использованием определенных управленческих методов и приемов для достижения цели с максимально достижимой эффективностью при определенных ограничениях во времени средств и в качестве конечных результатов. Международный опыт управления проектами в образовании свидетельствует об особенностях их осуществления, что важно для российской системы образования.

Таким образом, при взаимодействии с целевой аудиторией при реализации проектов следует обращать внимание на желания участников, подбирать стратегию продвижения для эффективного воздействия. Для поиска новых методов в предоставлении образовательных услуг в проектной деятельности полезно обращаться к опыту других стран с учетом особенностей зарубежного и российского образования.

### **Источники и литература**

- 1) Сазанова А. В. Генезис и сущность понятия «проектная деятельность» // Психология, социология и педагогика . — 2012. — № 6. — С. 1.
- 2) Орехова Л. Г., Мумака К. А. Коммуникационные стратегии в системе менеджмента компании // Молодой исследователь Дона. — 2016. — С. 3.