



ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ИНТЕНСИВ

# Остров 10-22

---

**10-22** ИЮЛЯ 2019

## Экспорт российского образования

ставка на ДО

15.07.2019



# Введение и постановка проблемы

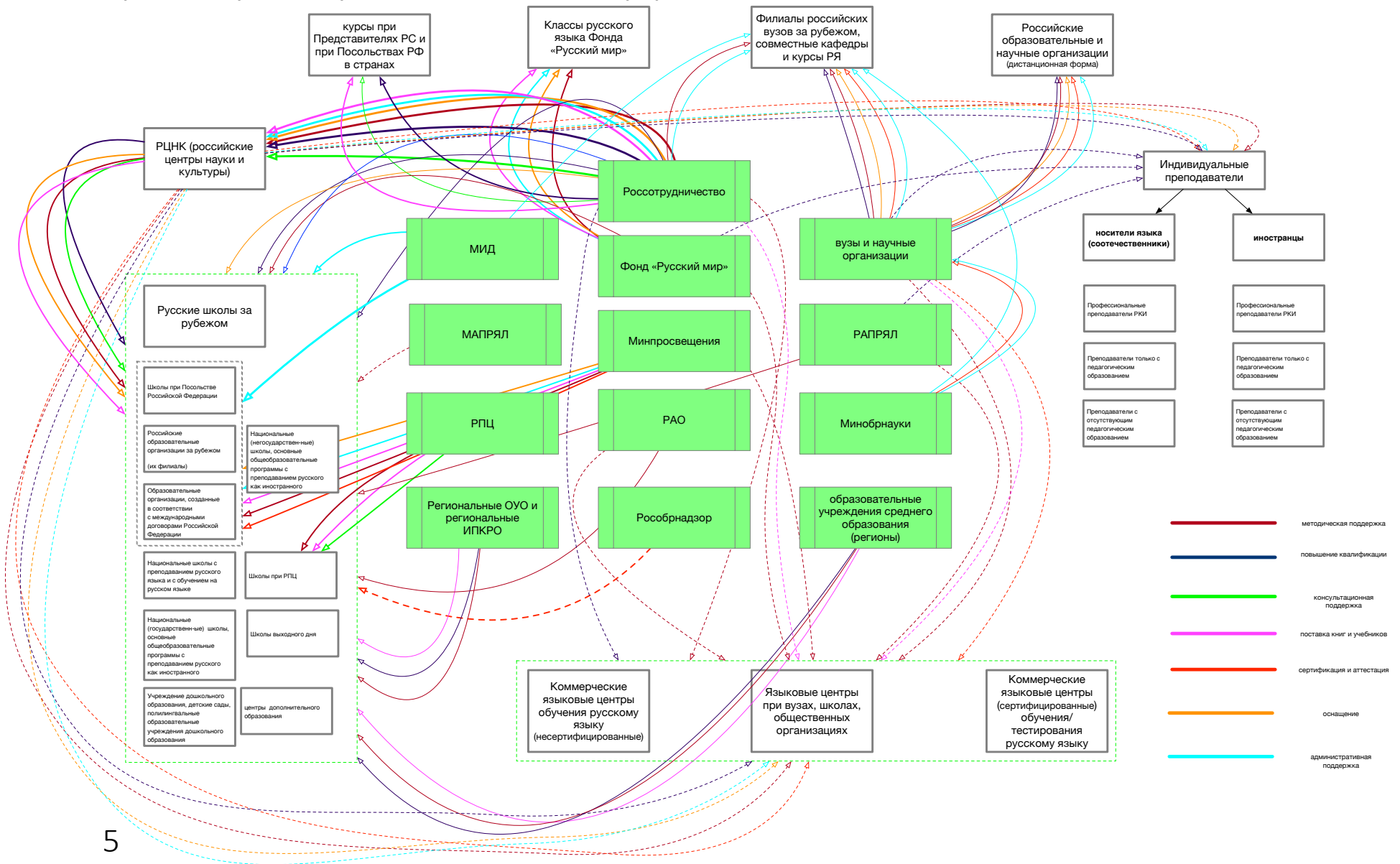
## Экспорт образования – зачем?

- Повышение имиджа и узнаваемости университета
- Обеспечение роста в рейтингах
- Повышение лояльности ЦА (в том числе, потенциальных абитуриентов) и привлечение иностранных студентов
- Капитализация университета – повышение финансовой устойчивости
- Академическая мобильность (преподаватели и студенты)
- Реализация «мягкой силы»

## Преграды к эффективному экспорту

- Отсутствует единая стратегия экспорта российского образования – низкая координация между ведомствами (МИД, Россотрудничество, Минобрнауки, Минпросвет)
- Отсутствует координация между акторами экспорта
- Отсутствует общая координация, в том числе - информация куда двигаться (таргетирование)
- Отсутствует прозрачная система приглашения и набора иностранных студентов
- Проблемы с нормативкой и правовым полем
- Не развиты модели экспорта российского образования
- Отсутствует желание к развитию у университетов

## Пример – продвижение русского языка



## Необходимые изменения внутри университета (для эффективной работы за рубежом)

- Развитие службы сервиса внутри вуза и изменение (внедрение) системы работы с иностранными студентами (МГИМО, ИТМО)
- Введение англоязычных (иностраных) программ
- Изменение структуры образовательного процесса (выбор образовательной траектории)
- «Упрощение» программ
- Изменение системы коммуникаций (внешнего облика вуза) - сайт, call center, позиционирование во внешней среде
- Внедрение современных образовательных технологий (диагностика, сопровождение, обучение в дистанционном формате)
- Активное партнёрство - участие субъекта Российской Федерации, партнерство с университетами, коммерческими организациями + зарубежное партнерство



# Ожидания (макрорегионы и возможности)

[illegible]



## Потенциальные партнеры в странах

- Университеты
- Образовательные организации
- Коммерческие и некоммерческие компании резиденты
- Российские акторы, прочно закрепленные в стране (Россотрудничество, Фонд Русский мир и т.д.)
- Российские компании



# Модели экспорта образования в ДПО

## 1. Выносные подготовительные факультеты

- Выносные подготовительные факультеты в странах (пример - Узбекистан (очные отделения в областях Бухара, Самарканд ...); Лаос (ТГУ на базе университетов); африканские страны – отдельные центры в рамках межправсоглашений (РУДН)

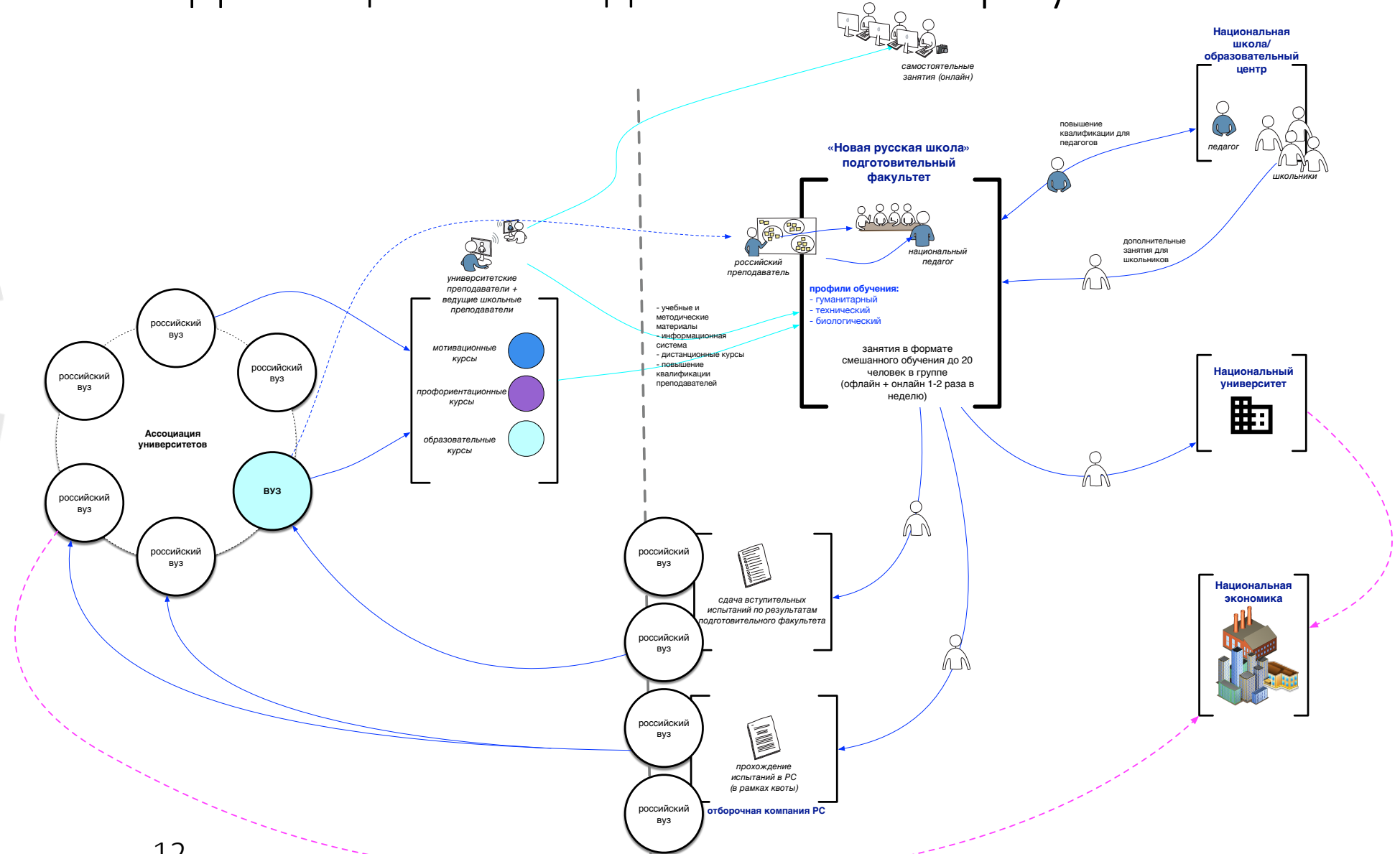
**Охват до 150-300 человек** в каждом центре

**Коэффициент лояльности - 0,75**

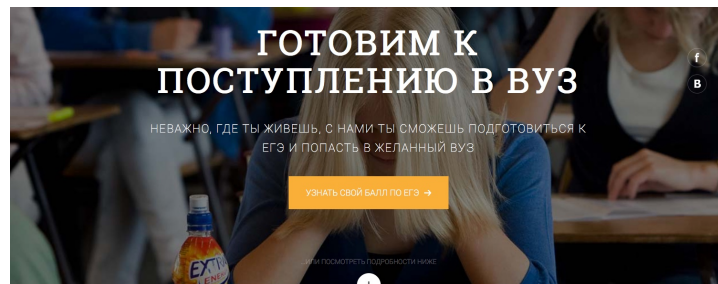
*Что необходимо:*

- *базовая площадка – школа, вуз...*
- *соглашение с местным университетом или иной образовательной организацией*
- *Подготовленные на месте/направленные специалисты (3 преподавателя на каждые 100 слушателей)*
- *образовательные программы*

## 2. Дистанционные подготовительные факультеты



# Дистанционные подготовительные факультеты



ВЫБЕРИ ДИСЦИПЛИНУ



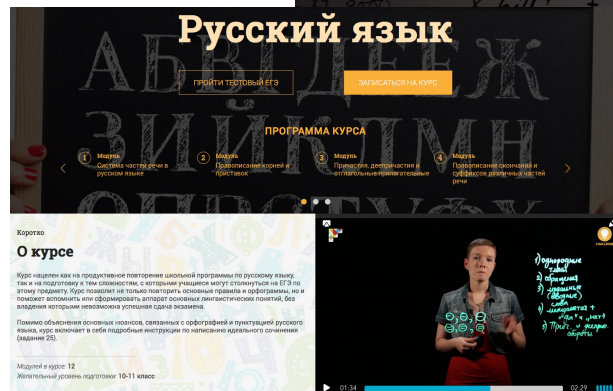
РУССКИЙ ЯЗЫК



ОБЩЕСТВОЗНАНИЕ



КУРС



ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Подготовка к части 2 ЕГЭ 2015 по русскому языку. Тестовые задания. М.А. Иванова.

Модели сочинений на ЕГЭ 2015 по русскому языку. М.А. Иванова, С.В. Горюнов.

ЕГЭ 2015. Русский язык. Задания части 2. Универсальные материалы с решениями и ответами. Е.В. Давыдов.

Русский язык: разбор основных ошибок и «нападки». Е.В. Давыдов.

Оптимальный банк заданий для подготовки к ЕГЭ 2015. Русский язык. С.В. Давыдов, Д.М. Орбеков.

Справочник по правописанию и стилистике 1987. Д.В. Рязанцев.

## Школьники

- ✓ Смешанное обучение (очное и дистанционное)
- ✓ Единая образовательная платформа российских университетов для обучения и профориентации
- ✓ Личный кабинет школьника (основные и дополнительные образовательные материалы, видеокурсы, вебинары и пр.)
- ✓ Расписание:
  - ✓ Очное обучение: **2 раза в неделю** на базе центров (12 учебных часов = 2 раза x 3 дисциплины (по профилю) x 2 учебных часа)
  - ✓ Дистанционное обучение: **1-2 раза в неделю**
  - ✓ Консультации российских педагогов: **(постоянно в формате чата и обратной связи в вебинарах)**
  - ✓ Профориентация: **раз в месяц**

## Педагоги

- ✓ Личный кабинет педагога (основные и дополнительные учебные и методические материалы)
- ✓ Диагностика профессиональных компетенций педагога
- ✓ Постоянное обучение (повышение квалификации в дистанционном формате)
- ✓ Консультации с российскими педагогами и тьюторами

### 3. Курсы русского языка (в странах)

- Очные (Китай, Сирия, Мозамбик, Куба, Аргентина и т.д.)
- Дистанционные (пример - Адыгейский государственный университет)

Охват **до 400-500** человек в год

Коэффициент лояльности – **0,3**

*Что необходимо:*

- *эффективная образовательная программа*
- *подготовленные педагоги*
- *учебники/методические пособия (для нерусскоязычной среды)*
- *поддержка через интернет или образовательная платформа*
- *подготовка к экзамену и проведение экзамена*

## 4. Школы (общее образование + ДОД)

- Патронатные школы (Португалия, Сирия, Испания и т.д.)
- Собственные ОУ (РЭУ им. Плеханова в Монголии)
- Партнерские школы (Турция, Испания, Болгария и т.д.)

Обучающихся **до 200** человек в год

Коэффициент лояльности – **0,6**

*Что необходимо:*

- *Подготовленные и командированные педагоги*
- *Нормативная база*
- *Программы*
- *Партнеры*
- *Поддержка через интернет или образовательная платформа*
- *Аккредитация ОУ*



## 5. Структурные подразделения университетов (образовательные и научные)

- Филиалы или выносные подразделения вузов (ДВФУ, ТГУ, Университет Плеханова)
- Совместные сетевые образовательные программы (вузы РЖД - Китай)
- Кафедры вузов (РГСУ - Куба)

Обучающихся **до 120** человек в год

Коэффициент лояльности – **0,3** (магистры, аспиранты)

*Что необходимо:*

- *Вуз-партнер*
- *Нормативная база*
- *Востребованные программы обучения*



## 6. Летние и зимние школы

Типы школ:

- культурологические
- инновационные
- образовательные
- курсы русского языка

Обучающихся **до 70-80** человек за смену

Коэффициент лояльности – **0,2** (магистры, аспиранты)

*Что необходимо:*

- *Вуз-партнер + агент-партнер*
- *Интересные программы*
- *Российский партнер (регион и т.д.)*

## 7. Программы дополнительного образования (онлайн и оффлайн на базе зарубежных площадок)

- Бизнес образование (МВА, iMBA и пр.)
- Повышение квалификации кадров (в том числе, педагогов)
- Переподготовка кадров
- ДОД

### *Лидеры:*

- МИРБИС
- ГИРЯП
- РУДН

### *Что необходимо:*

- *Онлайн площадка*
- *востребованные программы*
- *продвижение*



# Модели первого шага

## 1. Мотивационные и профориентационные курсы и программы онлайн

- Универсариум
- Открытое образование
- Собственные платформы и курсы
- Coursera (для экспортных программ с ограничениями)

*Что необходимо:*

- *четкая ориентация на конкретные зарубежные страны - адаптированные курсы*
- *реклама и маркетинг*
- *морковка для лучших слушателей (приглашение на летние/зимние школы, гранты)*

## 2. Отборочные мероприятия и конкурсы

- Всероссийские олимпиады, олимпиады школьников и студентов
- Индивидуальные олимпиады вузов
- Конкурсы мастерства, хакатоны и пр.

Лидеры:

- ВШЭ
- РУДН
- МГУ
- МФТИ

Важно: для увеличения охвата необходима онлайн составляющая (1-2 тур олимпиады) и серьезная информационная поддержка!

Только партнерские программы!

### 3. Презентационные мероприятия

- Образовательные выставки (зарубежные)
- Образовательные выставки (онлайн)
- Образовательные выставки (Россотрудничество, Минобрнауки и др. партнеры)

*Что необходимо:*

- *четкая ориентация на макрорегион*
- *тщательный подбор выставок и партнеров*
- *четкие задачи по представлению*
- *правильное позиционирование на выставке (программы, стенд сотрудники, презентационные материалы)*
- *поддержка в сети интернет и служба сервиса*



# Рабочая тетрадь

## 1. Постановка проблемы

*Краткое описание проблемы, почему вузу необходимо двигаться за рубеж*





## 2. Цель и задачи

*Описание целей и задач реализации программ экспорта образования (ДО) для университета*



### 3. Выбор макрорегиона и страны

*Выбор наиболее перспективного с точки зрения решения поставленной задачи*



#### 4. Наименование и описание экспортного продукта (оценка экспортного потенциала)

*Краткое описание продукта (вариативно – собственный продукт команды, доработанный продукт команды под задачи экспорта, новый продукт, если продукт команды не имеет экспортного потенциала)*

*Почему продукт будут использовать*

## 5. Формат реализации продукта

*Краткое описание модели реализации продукта*



## 6. KPI

*Набор индикаторов и показателей, характеризующих охват и результативность внедрения продукта для университета (слушатели, студенты, доход и пр.)*

## 7. Особые условия

*Партнеры (российские и зарубежные), площадки, необходимые ресурсы*



## 8. План график реализации работ

№	Наименование работ	Срок (длительность реализации работ)	Ответственный	Необходимые ресурсы	Стоимость
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					
6.					
7.					