Утверждено
на заседании учёного совета университета 2.06.2023 г.
Председатель учёного совета университета

_____ В.Д. Богатырев

РЕШЕНИЕ

учёного совета федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королёва» от 02 июня 2023 года по вопросу «О реализации стратегии продвижения университета за рубежом»

Заслушав и обсудив доклад начальника управления международной деятельности Тица С.Н., учёный совет отмечает следующее.

Продвижение университета является частью стратегии развития университета, реализация которой должна привести к трансформации университета к 2030 году в цифровой предпринимательский университет, развивающийся по модели 3.0 и являющийся социально ответственным драйвером развития общества.

Международная деятельность университета, направленная на его продвижение, включает следующее:

1. экспорт образования;
2. экспорт научно-технологической продукции;
3. распространение русского языка и культуры за рубежом;
4. международное сотрудничество в ориентирах регионального развития;
5. международное сотрудничество в контексте национальных интересов;
6. позиционирование университета в международном пространстве.

Основные направления, используемые для продвижения университета за рубежом:

- продвижение бренда университета, содействие узнаваемости университета на международном уровне (участие в международных университетских рейтингах, международных форумах, выставках, участие в процессах публичной дипломатии, работе международных организаций, культурных инициативах, участие в межправительственных комиссиях и профессиональных международных сообществах, присутствие в экспертных федеральных и региональных органах);
- продвижение продуктов университета (образования, исследований, инноваций) на международном уровне (привлечение абитуриентов, предуниверситетская подготовка, краткосрочные школы, совместные образовательные программы, международное позиционирование исследований и разработок университета, сотрудничество с профильными государственными структурами);
- формирование единого сообщества университета (клубы выпускников-иностранцев, информационные каналы для выпускников-иностранцев, обеспечение возможности непрерывного профессионального роста выпускников).

Основные инструменты, используемые для продвижения университета за рубежом:

- офлайн-мероприятия (приём делегаций, участие в бизнес-миссиях, форумах, конгрессах и выставках, элементы лабораторного практикума по физике и химии, решение и разбор олимпиадных задач, профориентационные мероприятия). С конца сентября по ноябрь 2022 года было проведено более 40 очных мероприятий, продвигающих образовательные программы Самарского университета в 14 городах Казахстана, Узбекистана, Киргизии. Осуществлён приём более 70 делегаций;
- онлайн-мероприятия (лекции, дискуссии, переговоры). В конце ноября - начале декабря 2022 года была организована серия онлайн-мероприятий для студентов и преподавателей мексиканских образовательных организаций высшего образования;
- социальные сети (актуализация англоязычной версии сайта университета, две лендинговые страницы с привязкой к CRM, шесть телеграмм-каналов). В 2022 году в качестве одного из инструментов концентрации в одном месте и удержания целевого контингента созданы четыре канала в мессенджере Telegram для граждан Казахстана (русскоязычные, 155 подписчиков), один канал для граждан Киргизии (русскоязычный, 159 человек) и один канал для граждан арабских стран (на английском и арабском языках, 24 подписчика) с ежедневным обновлением контента. Также была разработана и внедрена CRM-система, позволяющая оперативно отслеживать обращения и анализировать эффективность каналов продвижения.
- медиа-ресурсы (сайт университета, национальные СМИ).

Организационно продвижение университета за рубежом в настоящее время обеспечивают следующие подразделения: управление международной деятельности, региональный центр публичной дипломатии имени Е.М. Примакова, научно-исследовательская часть, управление по формированию и сопровождению контингента, центр по связям с общественностью, отдел конгрессно-выставочной деятельности, а также ассоциации, объединения и союзы, участником которых является университет (Ассоциация «Глобальные университеты», АТУРК, Региональный центр экспорта образования и другие).

Нормативно-правовое обеспечение продвижения университета за рубежом обеспечивается:

- локальными нормативными правовыми актами университета;
- двусторонними соглашениями университета с иностранными организациями;
- многосторонними соглашениями университета с иностранными организациями;
- локальными нормативными актами объединений и союзов, участником которых является университет.

Ключевые барьеры и ограничения, препятствующие продвижению университета за рубежом:

- «рамка взаимодействия» (введение режима «недружественных государств», режим ограничений на распространение информации, требование предварительного согласования международных договоров и соглашений университета);
- «объективные внешние барьеры» (визовые ограничения, миграционные требования, требования к признанию документов об образовании, логистика, сложность реализации международных финансовых транзакций).

Дополнительное необходимо учитывать «внутренние барьеры» (ограничения для размещения студентов-иностранцев в общежитиях, ограничение сроков проведения приёмной компании, недостаточный функционал цифровой среды университета, недостаточная проработанность внутренней нормативной базы вопросов коммерческой тайны).

Вышеперечисленное привело к следующим основным изменениям в подходах к продвижению университета за рубежом, реализуемых в настоящее время:

- акцент делается на межуниверситетское сотрудничество, а не на поиск абитуриентов на открытом рынке образовательных услуг;
- необходимо развитие цифровых сервисов для иностранных граждан;
- необходима активизация работы с иностранными выпускниками и дипломатическими представительствами;
- необходимо развитие аналитических инструментов оценки эффективности реализуемых мероприятий;
- развитие механизмов научно-технического сотрудничества с «дружественными» странами.

Учёный совет университета отмечает следующие проблемы в реализации стратегии продвижения за рубежом:

1. Не актуализированы регионы продвижения и альтернативные каналы продвижения, в том числе неформальные.
2. Недостаточное внимание уделяется вопросам коммерческой тайны и их правовому сопровождению.
3. Недостаточное внимание уделяется особенностям приёма на обучение иностранных граждан в части сроков проведения приёмной компании.
4. Трудности осуществления взаиморасчётов с иностранными контрагентами.

Учёный совет постановляет:

1. Признать работу по реализации стратегии продвижения университета за рубежом удовлетворительной.
2. Создать рабочую группу по разработке актуализированной стратегии продвижения университета за рубежом.
   Ответственный – проректор Болгова В.В. **Срок исполнения:** 10.06.2023.
3. Создать рабочую группу для проработки вопроса, связанного с коммерческой тайной и её правовым сопровождением.
   Ответственный – проректор Болгова В.В. **Срок исполнения:** 10.09.2023.

Контроль за выполнением данного решения возложить на проректора **В.В. Болгову**.