

Программа семинара «Маркетинг высшего образования и научных исследований»

10 – 11 декабря 2012 года,
Москва, Пансионат «Клязьма»

10 декабря 2012 г., Понедельник		
1	Открытие семинара. Интерактивное приветствие и представление участников	10:30 - 11:30
2	Введение в тему «Международный маркетинг высшего образования» – Обзор результатов опроса – Интернационализация и маркетинг – Обзор ключевых инструментов и каналов маркетинга	11:30 - 12:30
Перерыв		12:30 – 13:00
3	Упражнения в парах и Групповая дискуссия – Определение целевых групп – Определение целей – Определение трех уникальных параметров	13:00 - 14:00
Обед		14:00 - 15:00
4	«Внутристрановой и международный брэндинг» – Брэндинг и маркетинг – Ключевые элементы брэнда высшего образования – Каналы и инструменты брэндинга – Международный и внутристрановой брэндинг	15:00 - 16:00
Перерыв		
5	Групповые упражнения по брэндингу – Определение ключевых элементов брэнда вуза или программы обучения – Определение ключевых каналов и инструментов улучшения брэнда в стране и за рубежом – Совершенствование уникальных параметров – Групповая дискуссия	16:00 - 17:45
Перерыв		
6	«Роль маркетинга в высшем образовании и университетских научных исследованиях» Исследование «Набор международных студентов», проведенное в Эдинбургском университете им. Непера, Шотландия – Административные структуры и бюджеты – Роли и должности ответственных сотрудников – Особые роли при наборе студентов бакалавриата, аспирантуры и	17:45 - 18:30

	исследователей	
	Ужин	19:00-21:00

	11 декабря 2012 г., Вторник	
1	«Материалы для маркетинга» – Ключевые информационные и международные стандарты при создании печатных материалов и вебсайтов	10:30 - 11:15
2	«Бизнес маркетинг. Маркетинг экспертизы ваших преподавателей и сотрудников» Опыт Эдинбургского университета им. Непера	11:15 - 12:30
	Перерыв	12:30 – 13:00
3	Индивидуальные упражнения по созданию вебсайта – Анализ вебсайта на основе предложенного задания по обсужденным ранее международным стандартам – Групповая дискуссия	13:00 - 14:00
	Обед	14:00 - 15:00
4	«Чем измеряется успех?» – Создание приборной панели маркетинга для измерения результатов – «Гугл Аналитика» (Google Analytics) и другие аналогичные инструменты – Информация о мероприятиях в интернете – Отслеживание реальных результатов в «маркетинговой воронке»	15:00 - 16:00
	Перерыв	
5	«Стратегический маркетинговый план» - Окончательное определение целей, каналов и инструментов - Краткая лекция с последующими групповыми и индивидуальными упражнениями)	16:00 - 17:45
6	Круглый стол. Подведение итогов – Ключевые проблемы стратегического планирования – Три шага, которые следует предпринять всем по возвращении домой – Обратная связь	17:45 - 18:45
	Ужин	19:00 – 21:00