Позиционирование БГАТУ среди белорусских университетов

В современных условиях репутация и позиционирование учреждения образования играют важную роль. Репутация вуза состоит из многих компонентов и создаётся долгие годы. Успешное позиционирование университета на рынке образовательных услуг – это многофакторный процесс, который включает в себя ряд стратегий и методов, направленных на улучшение видимости, репутации и привлекательности учреждения образования и его бренда для абитуриентов. Данный процесс включает в себя множество компонентов, таких как участие в рейтингах, развитие международного сотрудничества, использование инструментов цифрового маркетинга, создание уникального бренда и корпоративной продукции, партнёрство между наукой и производством.

Образовательные рейтинги университетов – мощный инструмент в руках абитуриентов. В современном мире, перенасыщенном информацией, эти цифровые метрики кажутся простым и удобным способом оценить качество образования, позволяя сравнивать тысячи учебных заведений по всему миру. Международные рейтинги помогают понять сильные и слабые области. Рейтинг предоставляет концентрированный обзор, сводя обширные данные о научной деятельности, публикационной активности профессорско-преподавательского состава, уровне цитируемости научных работ, присутствии университета в академическом интернет-пространстве. Обучающиеся, особенно иностранные, должны учитывать множество факторов, выходящих за рамки рейтинговых таблиц. Личные рекомендации и отзывы знакомых, уже проходящих обучение в выбранном университете, бесценны, поскольку позволяют получить непосредственное представление об атмосфере учебного заведения, качестве преподавания и студенческой жизни.

Одним из основных рейтингов является Webometrics Ranking of World Universities. Его методология сосредоточена на оценке веб-присутствия университетов, используя индексы Google, количество ссылок на сайты университетов и другие параметры, связанные с цифровым присутствием. Этот рейтинг динамичен и характеризуется частыми изменениями методологии.

Мы активно работаем над улучшением своих позиций в международных образовательных рейтингах, уделяя особое внимание рейтингу Webometrics. Результаты этой стратегической работы уже видны: по состоянию на июль 2024 года БГАТУ совершил скачок, поднявшись более чем на 2000 позиций по сравнению с предыдущим периодом. Однако мы не останавливаемся на достигнутом и продолжаем планомерно улучшать свои показатели в различных индикаторах рейтинга, внимательно изучая методологию рейтинга и анализируя каждый индикатор, смотрим, что мы можем сделать, чтобы повысить своё место. Анализ включает в себя несколько ключевых аспектов. Это, прежде всего, оценка качества и количества веб-страниц университета, анализ цитируемости научных публикаций работников университета, изучение влияния УВО в социальных сетях и, конечно же, оценка доступности и удобства использования университетского веб-сайта. По каждому из этих аспектов БГАТУ проводит комплексную работу.

Следующим важным компонентом построения репутации и позиционирования вуза является международное сотрудничество, которое имеет большое значение по нескольким причинам. Во-первых, оно способствует обмену знаниями и опытом между различными учебными заведениями, позволяя студентам и преподавателям расширять горизонты своих исследований и понимать разные подходы к образованию и научной деятельности. Во-вторых, такое сотрудничество усиливает академическую репутацию университета, так как партнёрство с иностранными учреждениями образования может повысить видимость и привлекательность университета на международной арене. БГАТУ активно наращивает международное сотрудничество, привлекая студентов из различных стран мира. За 2024 год в университете обучались иностранные граждане, представляющие африканский континент, страны СНГ, Китай, Монголию, Австралию и др. Успех в привлечении иностранных студентов во многом обусловлен высоким качеством образования и комфортными условиями проживания, созданными для них. Положительный опыт и «сарафанное радио» являются наиболее эффективным инструментом маркетинга. Мы также активно работаем над зимними и летними школами, международными академическими программами и всё больше углубляем наше сотрудничество с Китаем, что подтверждает вереница взаимных визитов с китайскими партнёрами и создание Центра международной базы интеллектуальных инноваций «Пояса и пути».

Цифровая реклама играет ключевую роль для университетов по множеству причин, начиная от привлечения студентов и заканчивая усилением бренда университета. В современном мире, где практически все аспекты жизни и деятельности переместились в онлайн-пространство, университеты должны адаптироваться к этим изменениям и использовать интернет как важный инструмент для достижения своих целей.

Прежде всего, интернет-реклама позволяет охватить более широкую аудиторию. С помощью различных онлайн-каналов, таких как социальные сети, поисковые системы и специализированные образовательные платформы, университеты могут эффективно привлекать внимание потенциальных абитуриентов не только в своей стране, но и за рубежом. Это особенно важно в условиях глобализации, когда студенты выбирают учебные заведения по всему миру. Далее интернет-реклама даёт возможность выделиться на фоне конкурентов. С помощью контекстной и таргетированной рекламы можно продемонстрировать свои уникальные особенности, что может положительно сказаться на решении студентов выбрать именно это учебное заведение. Также стоит отметить, что интернет-реклама способствует установлению и поддержанию связей с выпускниками и текущими студентами. Мы используем социальные сети и веб-сайт для информирования, что способствует формированию активного сообщества и повышению вовлечённости. За последний год мы провели несколько рекламных кампаний, ориентированных на привлечение абитуриентов из Беларуси, России, стран СНГ и Африки. Результаты этих кампаний были более чем удовлетворительные: получено немалое количество заявок и обращений. В дальнейшем мы планируем не только сохранить, но и усилить такой инструмент как цифровой маркетинг, внедряя современные и целевые инструменты онлайн-продвижения.

Другим важным компонентом успешного позиционирования университета является создание уникального бренда. Университет должен чётко определить свои отличительные стороны и особенности. Очень важна узнаваемость бренда по его отличительным чертам, которая сразу будет всплывать в памяти при названии университета. За последний год была разработана и внедрена новая линейка корпоративной печатной продукции, включающая буклеты для различных целей и мероприятий, блокноты, ручки, подарочные пакеты, календари и другие предметы. Также мы работаем над обновлением сувенирной продукции. Всё это способствует узнаваемости нашего бренда и привлечению внимания абитуриентов.

Существенной составляющей позиционирования учреждений образования является участие в образовательных выставках, что позволяет университетам значительно повысить свою видимость и репутацию на рынке образования. Ежегодно мы принимаем участие в крупнейших образовательных выставках страны, таких как «Образование и карьера», «Белагро» и др. В этом году команда нашего университета приняла участие в выставке достижений страны в области образования, науки, экономики и культуры «Моя Беларусь».

Еще одним шагом в направлении ребрендинга и глобализации стало открытие семи брендированных аудиторий в качестве подарка к 70-летнему юбилею БГАТУ наших предприятий-партнёров (учебный класс ООО «Навитеч», ООО «НавиТрек», ООО ПримаСофт»; брендированная аудитория «РОСТСЕЛЬМАШ»; брендированная аудитория «БЕЛАРУСБАНК»; учебная лаборатория ОАО «Гомельагрокомплект»; учебная лаборатория ОАО «Минский тракторный завод»; учебная лаборатория ОАО «УКХ Минского моторного завода»; учебный класс СП ЗАО «МАЗ-МАН»).

Открытие брендированных аудиторий предприятиями-партнёрами имеет большое значение и положительно влияет на нашу репутацию. Такие аудитории олицетворяют неразрывную связь между образованием и промышленностью, что помогает повысить привлекательность университета для студентов, особенно тех, кто стремится к практическому применению своих знаний и навыков в реальных условиях. Наличие брендированных аудиторий показывает, что мы ценим сотрудничество с промышленностью и стремимся обеспечить для наших студентов актуальную подготовку, соответствующую потребностям рынка труда. Кроме этого, брендированные аудитории представляют собой современные учебные пространства, оснащённые новейшими технологиями и оборудованием, что способствует улучшению качества образования. Студенты имеют возможность работать с теми же инструментами и технологиями, которые используются в индустрии, что поможет им подготовиться к своей будущей карьере. Это важно для практико-ориентированного образования, которое мы постоянно совершенствуем.

В заключение можно сказать, что позиционирование университета на рынке образования имеет множество аспектов и является важным компонентом его успешности. Правильная стратегия позиционирования способствует не только привлечению студентов и улучшению репутации, но и созданию устойчивой базы для развития и процветания учреждения образования в будущем. Наш университет ставит амбициозные цели в данном направлении, стремясь идти в ногу со временем и использовать по максимуму свои ресурсы и потенциал.

Николай РОМАНЮК,
ректор БГАТУ
Вероника ВИДРУК,
специалист ЦНМиУР