

## Маркетинг магистерских программ

из опыта

Российского экономического университета имени  
Г.В.Плеханова

О.В.Сагинова, д.э.н., проф.

# Место магистра в системе высшего образования

- Англосаксонская модель
  - Бакалавр + магистр (3+1)
- Французская модель
  - Классический университет (4/5 лет)
  - Grande ecole (2 подготовительных года + 2/3 бакалавр + 1/2 магистр)
- Германская и скандинавская модели
  - 5 лет непрерывного обучения
- Внедрение болонской системы
  - Три + два или четыре + один
  - В России – четыре + два
  - Сколько процентов выпускников бакалавриата остаются в магистратуре?
    - В перспективе 25-20%, пока до 90%
  - Кто нанимает бакалавров?
    - Опыт Германии

# Магистерская подготовка в РЭУ имени Г.В.Плеханова

- 1993 - начало магистерской подготовки по направлению «Экономика»
- 2002 - увеличение масштаба. «Экономика» и «Менеджмент»  
Массовый набор (более 100 чел. в год)
- 2005 - индивидуализация обучения при массовом наборе:  
Гостевые часы приглашенных профессоров и практиков  
Дисциплины по выбору. НИРМ по выбору
- 2008 - Введение на факультете системы управленческого учета.  
Цель - рентабельность каждой программы
- 2009 - Передача части магистерских программ на факультеты университета. Возникновение внутренней конкуренции
- 2011 - все факультеты предлагают магистерские программы

# Конкурентная среда

## Обострение внешней конкуренции

Как привлечь абитуриентов?

Как удержать студентов?

## Появление внутренней конкуренции

В чем отличительные особенности факультета?

На чем строить устойчивые конкурентные преимущества?

# Продукт (Product)

- Очная
- Очно-заочная
  - Вечерняя
  - С дистанционным компонентом
- Направление и специализация программы
- Содержание программы и номенклатура дисциплин
- НИР в программе
- Международный компонент программы
- Администрирование программы (размер группы, индивидуальный подход)

# Проблемы магистерской подготовки

## Распространение магистерской подготовки и качество обучения

Содержание дисциплин специалитета - в магистратуру

Формы и методы бакалавриата - в магистратуру

Мотивация преподавателей и их подготовка

## Организация и администрирование магистерских программ

Магистерские программы в вузе, на факультете или на кафедре?

Магистерские программы - источник дохода или центр затрат?

Массовый набор и индивидуальная подготовка

# Проблемы магистерской подготовки

## Высокая себестоимость магистерской подготовки

Расширение подготовки за счет госбюджета

Расширение приема на платной основе

Демографическая яма

Индивидуальный подход и его стоимость

## Сотрудничество с работодателями

Цели работодателей и цели вуза

Недовольство работодателей результатами обучения, но неготовность участвовать в разработке и реализации ОП

## Цена (Price)

- Финансирование программы
  - Бюджет
  - Внебюджет - рентабельность программы
- Оплата преподавателей
- Экономия масштаба и стандартизация программ
- Взаимоотношение вуза-факультета - программы



## Канал (Place)

- Магистерские программы в филиале
- Агентские соглашения с другими вузами
- Использование IT в реализации программ
- Совместные программы с зарубежными вузами
  - Программы двух и трех дипломов
  - Консорциумы вузов

# Продвижение (Promotion)

- Традиционные
  - Выставки
  - Дни открытых дверей
  - Реклама
  - Брошюры и листовки
- Новые
  - Сайт и его оптимизация
  - Рассылки в сети
  - Социальные сети
    - Нетнография
    - Террористический маркетинг
- Event маркетинг
  - Публичные лекции
  - Конференции
  - Олимпиады и конкурсы
  - Ярмарки вакансий
- Внутренние коммуникации
  - Стенды и инф. бюллетени
  - Круглые столы и мастер классы
  - Тест-драйв
  - Реагирование на жалобы

# Персонал (People)

- **Качество преподавателей**
  - Все ли могут преподавать в магистратуре
  - Качество учебных материалов
  - Результаты НИР преподавателей в учебном процессе
  - Отбор, мотивация и развитие преподавателей
- **Участие практиков**
  - Компании партнеры
  - Участие работодателей в разработке и реализации программ
  - Связи с выпускниками
  - Консалтинговые проекты

# Материальные свидетельства (Physical evidence)

- Качество учебных помещений
- Оборудование
- Признаки инновационности вуза
- Участие выпускников
- Известность преподавателей
- Рейтинги и аккредитация

# Стратегии роста

- Лидерство по издержкам
  - Массовые программы
  - Экономия масштаба
  - Отработанные регламенты и стандарты
- Лидер ниши
  - Узкоспециализированные программы
  - Наличие корпоративного заказчика
  - Уникальные совместные программы
- Дифференциация
  - Четкое позиционирование и миссия
  - Дополнительные потребительские ценности
- Используем все возможности рынка
  - Все каналы
  - Все формы обучения
  - Активное продвижение
- Выходим на новые рынки
  - Географические
  - Демографические
- Предлагаем новые продукты
  - Жизненный цикл программы
  - Модификации программы за счет:
    - Дисциплин по выбору
    - Базовых дисциплин направления
- Выращиваем своих потребителей
  - Вертикальная интеграция программ
  - Горизонтальная интеграция с программами доп. образования

# Как важно обмениваться опытом

Практические семинары и круглые столы для руководителей и администраторов программ

Разработка учебного плана

Учебные регламенты в магистратуре

Маркетинг магистерских программ

Управленческий учет для магистерских программ

Практические семинары и конференции для преподавателей

Маркетинговые дисциплины в магистратуре

Семинары и круглые столы по международным стандартам качества

Качество обучения

Качество организации

Качество интернационализации

**saguinova@rea.ru**