

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Тверской государственной университет»

Институт непрерывного образования

Отделение развития профессиональной компетентности преподавателей
вузов



УТВЕРЖДАЮ

Л.Н. Скаковская

« 10 » ноября 2017 г.
М. П.

**ПРОДВИЖЕНИЕ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ
ПРОГРАММ И РУССКОГО ЯЗЫКА В СРЕДЕ ИНОСТРАННЫХ
ГРАЖДАН**

Программа курсов повышения квалификации

Разработчик программы:

Мальцева А.А., к.э.н., доц., директор Тверского ИнноЦентра

Составитель учебно-тематического плана:

Монахов И.А., к.и.н., зам.директора Тверского ИнноЦентра

Тверь, 2017

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

1.1. Категория слушателей, на обучение которых рассчитана программа повышения квалификации: преподаватели вузов, сотрудники лабораторий, руководители международных центров, центров довузовской подготовки, заведующие кафедр русского языка как иностранного.

1.2. Слушателями программы могут быть студенты магистратуры по направлению «Педагогическое образование» профиля «Менеджмент в образовании» и аспирантуры по направлению «Образование и педагогические науки» профиля «Общая педагогика, история педагогики и образования».

В рамках данной программы студенты актуализируют знания и умения, приобретённые ранее и/или приобретаемые параллельно при освоении следующих курсов основной образовательной программы:

Уровень магистратуры

- Маркетинг образовательных услуг;
- Теория и технология дистанционного взаимодействия в международном образовательном пространстве;
- Кросскультурные аспекты образования;
- Мониторинг качества образования.

Уровень аспирантуры

- Технологии преподавания педагогических дисциплин в вузе;
- Поликультурное образование.

Дополнительная образовательная программа направлена на совершенствование основных дескрипторов профессиональных компетенций студентов, закреплённых во ФГОС ВО соответствующих направлений подготовки и соответствующих видам профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа магистратуры и аспирантуры.

1.3. Знания и умения, приобретённые слушателями в рамках программы «Продвижение отечественных образовательных программ и русского языка в среде иностранных граждан», должны пригодиться им в

дальнейшей профессиональной деятельности в условиях развития поликультурного пространства и электронного образования при выполнении организационных, методических и педагогических функций.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПОДГОТОВКИ ПО ПРОГРАММЕ

2.1. Нормативный срок освоения программы – 16 часов.

2.2. Режим обучения – 8 часов в неделю (с применением элементов электронного обучения).

2.3. Форма обучения: очно-заочная с использованием дистанционных технологий.

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Слушатель, освоивший программу, должен обладать профессиональной компетенцией: готовность к разработке конкурентоспособных открытых образовательных ресурсов и организации практик с целью продвижения образования на русском языке

Знать:

- основные тенденции развития международного рынка образовательных услуг;
- требования к электронным образовательным ресурсам;
- возможности и преимущества дистанционных технологий;
- современные тенденции развития открытого образования на русском языке;
- особенности организации обучения иностранных студентов в российском вузе;
- современные тенденции в интернет-маркетинге отечественных университетов и специфику продвижения образовательных программ для иностранных граждан в онлайн-пространстве;
- теоретические основы интернет-маркетинга, его эволюция, ключевые виды и преимущества
- инструменты и методы продвижения русского языка и культуры для иностранных студентов в период обучения.

Уметь:

- осуществлять релевантный отбор инструментов и методов продвижения образовательных программ для иностранных граждан в онлайн-пространстве;
- проводить анализ и оценку способов и средств интернет-маркетинга образовательных программ на русском языке;

Владеть:

- технологиями Интернет-маркетинга;
- методами продвижения образовательных программ на русском языке
- приемами рефлексивной деятельности.

4. СТРУКТУРА ПРОГРАММЫ

№ п/п	Наименование модулей, разделов и тем	Всего, час.	В том числе:	
			Электронные лекции	Самостоятельная работа
1	Современное состояние экспорта отечественного образования на русском языке и направления его развития	4	2	2
2	Инструменты и методы продвижения отечественного образования на русском языке для иностранных граждан высшими учебными заведениями	4	2	2
3	Интернет-маркетинг отечественного образования в университетах	4	2	2
4	Инструменты и методы продвижения русского языка и культуры для иностранных студентов в период обучения	4	2	2
	Итого	16	8	8

5. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

5.1. Учебная программа по модулям

№ п/п	Наименование модуля, разделов и тем	Содержание обучения (по темам в дидактических единицах), наименование и тематика лабораторных работ, практических занятий (семинаров), самостоятельной работы, используемых образовательных технологий и рекомендуемой литературы
1	Модуль 1. Современное	Определение сущности понятия «экспорт образования». Экспорт образования в мире и России. Основные тенденции

№ п/ п	Наименование модуля, разделов и тем	Содержание обучения (по темам в дидактических единицах), наименование и тематика лабораторных работ, практических занятий (семинаров), самостоятельной работы, используемых образовательных технологий и рекомендуемой литературы
	состояние экспорта отечественного образования на русском языке, направления и проблемы его развития	развития международного рынка образовательных услуг. Основные характеристики потока иностранных студентов в России. Приоритетный проект «экспорт образования». Проблемы экспорта российского образования. Проблемы адаптации иностранных студентов в России.
	Используемые образовательные технологии	Метод визуализации. Case study.
	Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы	Обязательная литература и источники: Образование на русском анализ результатов и лучшие практики http://fcprya.tversu.ru/ Дополнительная литература и источники: 1. Галямова Э.Ф., Кудимана Г.О. Привлекательность Российских вузов на международном рынке образовательных услуг // Вестник Удмуртского университета, Экономика и право 2017. Т. 27, вып. 3. 2. Доклад по итогам выполненного исследования на тему: «Развитие элементов гражданского общества путем формирования единой стратегии привлечения ассоциаций выпускников советских и российских вузов за рубежом как ресурса общественного измерения российской «мягкой силы»» http://csef.ru/media/articles/6369/c2b42245ab247c5aae218bc0fc8d5118.pdf 3. Капезина Т.Т. Проблемы обучения иностранных студентов в российском вузе // Электронный научный журнал «Наука. Общество. Государство». 2014 № 1 (5) http://esj.pnzgu.ru/files/esj.pnzgu.ru/kapezina_tt_14_1_12.pdf 4. Косевич, А. В. Экспорт образовательных услуг сферы высшего образования: мировой опыт и российская практика / А. В. Косевич. М. : МИЭП, 2007. 187 с. 5. Огнев Д.В., Тулаева Я.И. Обучение иностранных граждан как один из приоритетных показателей конкурентоспособности вуза: состояние, проблемы и перспективы развития [Текст] // Актуальные вопросы экономических наук: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Уфа, июнь 2014 г.). Уфа: Лето, 2014. С. 19-22. 6. Попов А.С., Прохоров А.В., Хурошвили И.Н. Проблемы обучения иностранных граждан в техническом университете на неродном для них языке // Научный вестник МГТУ ГА. Сер. «Международная деятельность вузов». 2005. № 94(12). С. 66–73.
2	Модуль 2. Инструменты и методы продвижения отечественного	Событийный маркетинг как вид деятельности: сущность и основные направления. Системы оценки event-мероприятий. Событийный маркетинг вуза. Особенности и проблемы маркетинга образовательных услуг российского вуза с целью привлечения иностранных студентов.

№ п/п	Наименование модуля, разделов и тем	Содержание обучения (по темам в дидактических единицах), наименование и тематика лабораторных работ, практических занятий (семинаров), самостоятельной работы, используемых образовательных технологий и рекомендуемой литературы
	образования на русском языке для иностранных граждан высшими учебными заведениями	Основные инструменты продвижения отечественного образования на русском языке. Культурно-образовательные мероприятия, проводимые в каникулярное время. Олимпиадное движение и конкурсы. Продвижение бренда вуза в Интернет-пространстве и социальных медиа. Рекламно-информационные компании. Продвижение и рекрутинг с привлечением внешних поставщиков рекрутинговых услуг.
	Используемые образовательные технологии	Метод визуализации. Case study. Контент-анализ.
	Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы	<p>Обязательная литература и источники: Образование на русском анализ результатов и лучшие практики http://fcprya.tversu.ru/</p> <p>Дополнительная литература и источники:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Академическая мобильность иностранных студентов в России // https://5top100.ru/upload/iblock/750/fo7.pdf 2. Арефьев А.Л. Иностранные студенты в российских вузах // Мониторинг общественного мнения. 2004. № 3(71). С. 85 – 94 http://ecsocman.hse.ru/data/2013/07/17/1251235565/s85-94_Journal_Monitoring71.pdf 3. Арефьев А.Л., Шереги Ф.Э. Иностранные студенты в российских вузах. Раздел первый: Россия на междуна-родном рынке образования. Раздел второй: Формирование контингента иностранных студентов для российских вузов [электронный ресурс] / Министерство образования и науки Российской Федерации. М.: Центр социологических исследований, 227 с. http://www.socioprognoz.ru/files/File/2014/full.pdf 4. Каверина Е. А. Создание специальных событий как креативная технология продвижения вуза // Высшее образование в России. 2009. № 6. С. 110-116. 5. Меликян А.В. Типология международной образовательной деятельности российских вузов // Высшее образование в России. 2016. № 12. С. 140-150. 6. Пасмуров А. Я. Как эффективно подготовить и провести конференцию, семинар, выставку. Event-менеджмент. СПб. : Питер, 2006. 272 с. 7. Шагайда П. А. Международный опыт оценки эффективности событийного маркетинга // Экономические науки. 2010. № 68. С. 249-251.
3	Модуль 3. Интернет-маркетинг отечественного образования в университетах	
	Тема 1. Интернет-маркетинг:	Теоретические основы интернет-маркетинга, его эволюция, ключевые виды и преимущества. Продвижение

№ п/ п	Наименование модуля, разделов и тем	Содержание обучения (по темам в дидактических единицах), наименование и тематика лабораторных работ, практических занятий (семинаров), самостоятельной работы, используемых образовательных технологий и рекомендуемой литературы
	теоретические основы и его использование в практике современных университетов	образовательных услуг университетов в онлайн-пространстве
	Тема 2. Оценка сайтов вузов: методические приемы и ориентированность на иностранных абитуриентов	Ключевые характеристики и методические приемы, используемые для оценки сайтов. Существующие методики оценки сайтов вузов. Особенности интернет-ресурсов, предназначенные для продвижения образования для иностранных граждан. Методические основы оценки интернет-ресурсов вузов для иностранных абитуриентов. Направления совершенствования сайтов университетов в части продвижения образования для иностранных граждан.
	Используемые образовательные технологии	Метод визуализации. Case study.
	Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы	<p>Обязательная литература и источники: Образование на русском анализ результатов и лучшие практики http://fcprya.tversu.ru/</p> <p>Дополнительная литература и источники:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. 352 с. https://e.lanbook.com/book/70531 2. Арбатская О. А. О различных подходах к оценке качества сайтов http://fulltext.pl.spb.ru/unor/metod/bibl/2009/Arbatskay.pdf 3. Вирин, Ф.Ю. Интернет-маркетинг: полный сборник практических инструментов. М.: Эксмо, 2010 222 с. https://owlweb.ru/wp-content/uploads/2015/10/Virin_F._Internet_Marketing_Polniiy.a4.pdf. 4. Дегтяренко, И. А. Эргономическая оценка удовлетворенности пользователя интерфейсом программных средств при работе в Интернете: автореферат дис. ... кандидата психологических наук: 19.00.03. М, 2012. 27 с. 5. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования: учеб. пособие / О. А. Кожушко, И. Чуркин, А. Агеев и др.; Новосиб. гос. ун-т, Компания «Интелсиб». Новосибирск: РИЦ НГУ, 2015. 327 с. http://safbd.ru/sites/default/files/intelsib-internet-marketing-and-digital-strategy.pdf 6. Камалеев Р.Р., Чернова Е.Н. Оценка юзабилити Интернет-ресурсов // https://www.scienceforum.ru/2016/pdf/28996.pdf 7. Стефанова Н. А. Методика оценки эксплуатационной составляющей сайта вуза // Социологические исследования. 2014. № 5 (361). С. 143-152.

№ п/п	Наименование модуля, разделов и тем	Содержание обучения (по темам в дидактических единицах), наименование и тематика лабораторных работ, практических занятий (семинаров), самостоятельной работы, используемых образовательных технологий и рекомендуемой литературы
		8. Шевченко Д.А, Локтюшина Ю.В. Эффективность веб-сайтов высших учебных заведений. Методика оценки конкурентоспособности сайта вуза в Интернет М.: ННОУ «МИПК», 2014. 141с.
4	Модуль 4. Инструменты и методы продвижения русского языка и культуры для иностранных студентов в период обучения	Положение русского языка в мире. Государственная политика Российской Федерации в сфере продвижения русского языка в мире. Государственные институты поддержки и продвижения русского языка и культуры в мире. Программа продвижения русского языка и образования на русском языке. Международная программа «Послы русского языка в мире». Центры русского языка и культуры, создаваемые на основе партнерства российских и зарубежных вузов. Инструменты, формы и методы продвижения русского языка и культуры
	Используемые образовательные технологии	Метод визуализации. Case study. Проектная технология.
	Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы	Обязательная литература и источники: Образование на русском анализ результатов и лучшие практики http://fcprya.tversu.ru/ Дополнительная литература и источники: 1. Арефьев А.Л. Русский язык в мире: прошлое, настоящее, будущее // Вестник РАН. 2015. Т. 84. С. 31—38. 2. Арефьев А.Л. Русский язык в современном мире // Языковая политика России и позиционирование русского языка в мире. Ч. 2 http://www.unkniga.ru/ostraya-tema/6826-yazykovaya-politika-rossii-i-pozitsionirovanie-2.html 3. Арефьев А.Л., Шереги Ф.Э. Экспорт российских образовательных услуг: Статистический сборник. Выпуск 6 / Министерство образования и науки Российской Федерации. - М.: Социоцентр, 2016. -408 с. 4. Лингвокультурная адаптация иностранных студентов в условиях регионального вуза. Актуальные вопросы психологии и педагогики в современных условиях // Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. № 3. Санкт- Петербург, 2016. 220 с. 5. Ораев Д. Бренд: определение в четырех словах // Рекламные идеи. 2005. № 4. С. 17-21

6. ФОРМЫ И МЕТОДЫ КОНТРОЛЯ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ МОДУЛЕЙ

Наименование модулей	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Модуль 1. Современное состояние экспорта	Количество обозначенных проблем в экспорте	Зачет «Актуальные проблемы экспорта»

отечественного образования на русском языке, направления и проблемы его развития	отечественного образования на русском языке	отечественного образования на русском языке»
Модуль 2. Инструменты и методы продвижения отечественного образования на русском языке для иностранных граждан высшими учебными заведениями	Использование в анализе показателей системы, основанной на индикаторах восприятия: численность участников мероприятия, медийный эффект.	Зачет. Оценка 3-5 инструментов и методов продвижения отечественного образования по предложенной методике
Модуль 3. Интернет-маркетинг отечественного образования в университетах	Использование в описании интернет-ресурсов вузов следующих показателей: показатели контента, эмоциональные показатели, эстетические показатели, показатели юзабилити, показатели надежности и безопасности, показатели коммуникативности	Зачет. Оценка 3-5 интернет-ресурсов отечественных вузов (на выбор) по приведенной схеме
Модуль 4. Инструменты и методы продвижения русского языка и культуры для иностранных студентов в период обучения	Наличие в описании следующих элементов проекта: цель и задачи, целевая аудитория, описание, заинтересованные стороны, механизм реализации.	Зачет. Разработка карты проекта продвижения русского языка и культуры для иностранных студентов в период обучения

СОГЛАСОВАНО:

Директор ИнНО

Руководитель отделения РПКПВ

Смирнов С. Н.

Хохлова О.Н.