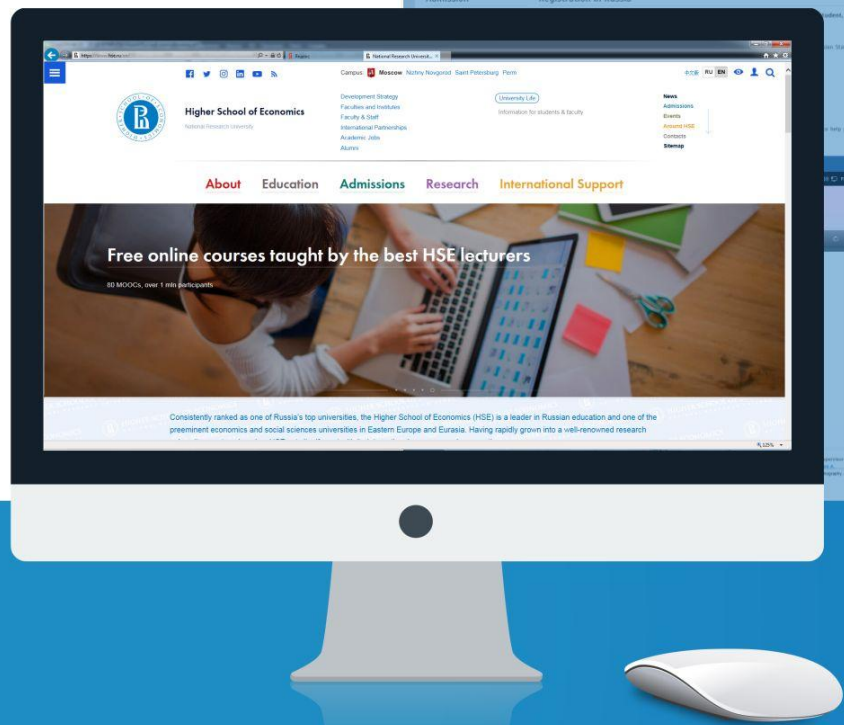
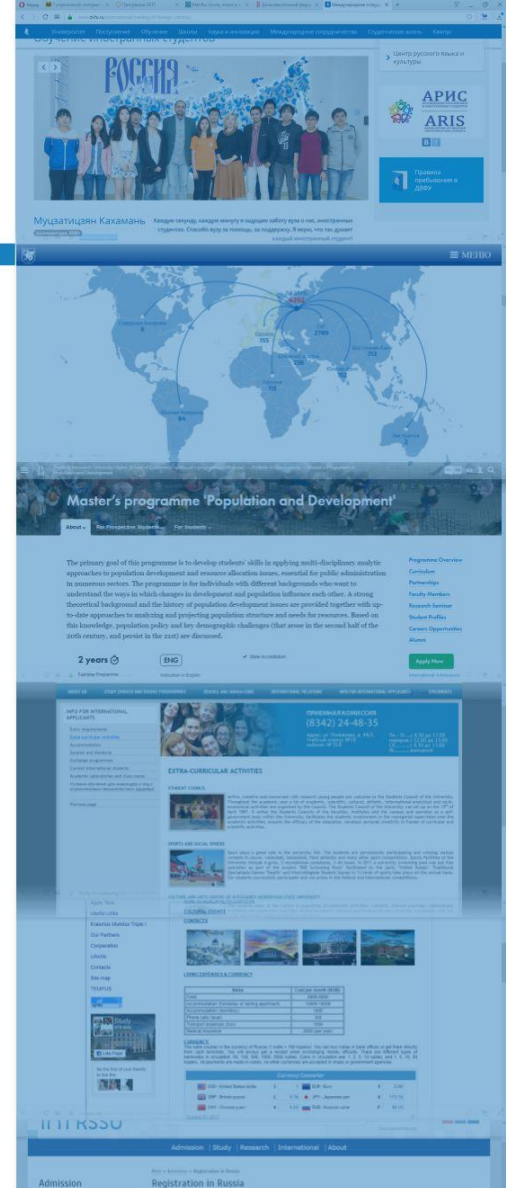


АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР
РЕЗУЛЬТАТОВ АНАЛИЗА ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ
ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ВУЗОВ ДЛЯ ИНОСТРАННЫХ
АБИТУРИЕНТОВ И СТУДЕНТОВ



ОПИСАНИЕ МЕТОДИКИ

Были выделены следующие ключевые блоки характеристик, необходимых для анализа:

- показатели контента — система характеристик содержательного наполнения сайта, относящегося к предмету исследования;
- эмоциональные показатели — общее впечатление пользователя от сайта;
- эстетические показатели — характеристики дизайна, наглядности, мультимедийности;
- показатели юзабилити — система показателей удобства использования интернет-ресурса;
- показатели надежности и безопасности — характеристики сайта, обеспечивающие бесперебойность работы и защиту персональных данных пользователя;
- показатели коммуникативности — характеристики доступности обратной связи;
- показатели видимости сайта в сети Интернет — система характеристик, определяемых на основе анализа пользовательской активности с применением специальных сервисных утилит.

Для каждой группы показателей была выделена система индикаторов (таблица 1).

ТАБЛИЦА 1 — ФОРМА АНКЕТЫ ЭКСПЕРТОВ ДЛЯ ОЦЕНКИ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ УНИВЕРСИТЕТОВ, ПРЕДНАЗНАЧЕННЫХ ДЛЯ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ И АБИТУРИЕНТОВ

Наименование показателя (характеристики)	Содержание показателя (характеристики)	Критерии оценки
ПОКАЗАТЕЛИ КОНТЕНТА		
ИНФОРМАЦИОННОЕ НАПОЛНЕНИЕ (проводится отдельно оценка информации на русском и английском языках)	Информация об образовательных программах для иностранных граждан	Экспертная оценка полноты 0-5 баллов
	✓ <i>Перечень образовательных программ: бакалавриат, магистратура, аспирантура</i>	Экспертная оценка актуальности информация актуальна 2 балла
	✓ <i>Программы переподготовки, повышения квалификации</i>	информация не датирована 1 балл
	✓ <i>Краткое описание</i>	информация не актуальна 0 баллов

Наименование показателя (характеристики)	Содержание показателя (характеристики)	Критерии оценки
	Информация о правилах приема для иностранных граждан ✓ <i>Какие документы, каким образом и в какие сроки подаются?</i> ✓ <i>Какие вступительные испытания? Критерии оценки?</i>	Экспертная оценка полноты 0-5 баллов Экспертная оценка актуальности информация актуальна 2 балла информация не датирована 1 балл информация не актуальна 0 баллов
	Визовая информация, миграционный учет ✓ <i>Порядок и перечень документов для получения визы в Российской Федерации</i> ✓ <i>Правила постановки на миграционный учет</i> ✓ <i>Штрафные санкции</i>	Экспертная оценка полноты 0-5 баллов Экспертная оценка актуальности информация актуальна 2 балла информация не датирована 1 балл информация не актуальна 0 баллов
	Информация об условиях обучения и проживания ✓ <i>Общежитие, столовая, спортивный зал, творческие студии и пр.</i> ✓ <i>Подготовительные курсы по русскому языку</i>	Экспертная оценка полноты 0-5 баллов Экспертная оценка актуальности информация актуальна 2 балла информация не датирована 1 балл информация не актуальна 0 баллов
	Информация о вузе (регионе)	Экспертная оценка полноты 0-3 баллов Экспертная оценка актуальности информация актуальна 2 балла информация не датирована 1 балл информация не актуальна 0 баллов
Полиязычность контента	Количество языков, на которых представлена информация	За каждый иностранный язык дополнительно 2 балла
	Уровень соответствия русскоязычной и иноязычных версий сайта	Экспертная оценка 0-5 баллов
Дружелюбие, признательность, толерантность	Материалы сайта максимально корректны, вежливы и располагают пользователя к себе	Экспертная оценка 0-3 баллов
Читабельность	Простота и понятность языка, не обремененность узкопрофессиональной терминологией, различными сокращениями и аббревиатурами	Экспертная оценка 0-5 баллов

Наименование показателя (характеристики)	Содержание показателя (характеристики)	Критерии оценки
ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ		
УРОВЕНЬ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ САЙТОМ	Характеризует общее впечатление пользователя от работы с сайтом	Экспертная оценка 0-4 баллов
ЭСТЕТИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ		
ДИЗАЙН	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Цветовое решение ✓ Целостность стиливого оформления ✓ Сочетаемость с оформлением подсайтов ✓ Оправданность применяемых элементов дизайна и/или анимации для раскрытия содержания страницы сайта 	Экспертная оценка 0-3 баллов
НАГЛЯДНОСТЬ	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Читаемость текстов на предложенном фоне; ✓ Качество шрифтового оформления; ✓ Хорошая типографика 	Экспертная оценка 0-5 баллов
МУЛЬТИМЕДИА	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Сбалансированность графического и текстового наполнения экрана; ✓ Качество графических объектов и анимации ✓ Удобство просмотра фото/видео 	Экспертная оценка 0-3 баллов
ПОКАЗАТЕЛИ ЮЗАБИЛИТИ		
КРОССБРАУЗЕРНОСТЬ	Корректная работа сайта в различных браузерах	Проверка корректности работы в браузерах Internet Explorer, Firefox, Google Chrome. При корректной работе добавляется 1 балл
МОБИЛЬНАЯ ВЕРСИЯ САЙТА ИЛИ ПРИЛОЖЕНИЕ ДЛЯ МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВ	Наличие мобильной версии сайта при наличии ссылки на официальном ресурсе	При наличии дополнительно 2 балла
СПЕЦИАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ САЙТА ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ С ОВЗ	Реагирование экранных кнопок на нажатие клавиши «Ввод» (Enter) на клавиатуре Наличие версии для слабовидящих	За каждую характеристику дополнительно по 1 баллу
ИНТЕРФЕЙС	Понятность интерфейса	Экспертная оценка 0-3 баллов
	Наличие и работоспособность системы поиска информации <ul style="list-style-type: none"> ✓ Образование для иностранных граждан ✓ Международная деятельность ✓ <i>International tuition</i> 	За верно найденную информацию дополнительно (3 тестовых примера) 1 балл

Наименование показателя (характеристики)	Содержание показателя (характеристики)	Критерии оценки
	Наличие помощи для пользователей/карты сайта	Дополнительно 2 балла
СТРУКТУРА САЙТА	Соответствие названий содержанию	За соответствие дополнительно 1 балл (3 тестовых примера)
	Удобство структуры сайта	Экспертная оценка 0-5 баллов
НАВИГАЦИЯ	Степень навигационной доступности (количество переходов по гиперссылкам с главной страницы до искомой информации) ✓ Страница: Информация об образовательных программах для иностранных граждан	Высокая степень навигационной доступности 2 балла (информация доступна путем последовательного перехода по гиперссылкам, начиная с главной страницы официального сайта; количество таких переходов — не более 5) Средняя степень навигационной доступности 1 балл (информация доступна путем последовательного перехода по гиперссылкам, начиная с главной страницы официального сайта; количество таких переходов — более 5) Низкая степень навигационной доступности 0 баллов (информация не доступна путем последовательного перехода по гиперссылкам, начиная с главной страницы официального сайта, или размещена в не соответствующем ее содержанию разделе)
	Реализация механизма «хлебные крошки» (в русскоязычной и англоязычной версиях)	За наличие дополнительно 2 балла
	Предупреждения о переходах на сторонние ресурсы/файлы	При наличии дополнительно 1 балл
	Удобство навигации	Экспертная оценка 0-3 баллов
Показатели надежности и безопасности		
Уровень обеспечения конфиденциальной информации, полученной от посетителей сайта	Объем запрашиваемой при регистрации информации и защита персональных данных	Значительный объем информации 1 балл Незначительный объем информации (логин и пароль) 2 балла Отсутствие возможности регистрации 0 баллов При получении согласия пользователя на защиту персональных данных дополнительно 1 балл

Наименование показателя (характеристики)	Содержание показателя (характеристики)	Критерии оценки
ПОКАЗАТЕЛИ КОММУНИКАТИВНОСТИ		
Полнота контактной информации	Контакты структурных подразделений	При наличии 1 балл
РАЗЛИЧНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ИНТЕРАКТИВНОЙ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ С ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМИ	Возможность подписки на новости	При наличии 2 балла
	Конфиденциальный диалог — наличие возможностей коммуникаций по электронной почте	При наличии 1 балл
	Публичный диалог — наличие консультационных разделов (вопрос-ответ), функции онлайн-звонок и т.п.	При наличии за каждую функцию 2 балла
	Публичное общение — наличие форума или других аналогичных сервисов	При наличии за каждый сервис 2 балла
ПРИСУТСТВИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	Количество социальных сетей с актуальной информацией, в которых представлены материалы для иностранных студентов и (или) на иностранном языке, при наличии ссылок на официальном ресурсе	За каждую из социальных сетей дополнительно 2 балла

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЪЕМА И СОДЕРЖАНИЯ ВЫБОРКИ

В соответствии с требованиями настоящего исследования объем предполагаемой выборки вузов для исследования не должен быть менее 150 вузов. В основу отбора элементов выборки был положен научно-обоснованный подход:

- в качестве базового типа отбора была использована квотная выборка — квота вузов определялась в соответствии с долей числа вузов в отдельном регионе в общероссийских показателях (по данным официального сайта мониторинга эффективности отечественных вузов Минобрнауки России);
- конкретные вузы, входящие в выборку из каждого региона определялись в соответствии с квотой как имеющие наибольший объем поступлений от подготовки иностранных студентов.

Вне зависимости от квоты и финансовых показателей в выборку были включены вузы из официального перечня Минобрнауки России, на базе которых будет реализовываться приоритетный проект по экспорту российского образования.

Перечень отобранных для исследования вузов приведен в таблице 2.

ТАБЛИЦА 2 — ФОРМА АНКЕТЫ ЭКСПЕРТОВ ДЛЯ ОЦЕНКИ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ УНИВЕРСИТЕТОВ, ПРЕДНАЗНАЧЕННЫХ ДЛЯ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ И АБИТУРИЕНТОВ

№ п/п	Регион	Наименование вуза
1.	АЛТАЙСКИЙ КРАЙ	Алтайский государственный университет
		Алтайский государственный технический университет имени И.И. Ползунова
2.	АМУРСКАЯ ОБЛАСТЬ	Благовещенский государственный педагогический университет
3.	АРХАНГЕЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	Северный государственный медицинский университет
4.	АСТРАХАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	Астраханский государственный медицинский университет
5.	БЕЛГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	Белгородский государственный национальный исследовательский университет
6.	БРЯНСКАЯ ОБЛАСТЬ	Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского
7.	ВЛАДИМИРСКАЯ ОБЛАСТЬ	Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых
8.	ВОЛГОГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	Волгоградский государственный технический университет
		Волгоградский государственный медицинский университет
9.	ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	Вологодский государственный университет
10.	ВОРОНЕЖСКАЯ ОБЛАСТЬ	Воронежский государственный университет
		Воронежский государственный медицинский университет имени Н.Н. Бурденко
		Воронежский государственный лесотехнический университет имени Г.Ф. Морозова
11.	г. САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
		Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна
		Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики
		Санкт-Петербургский государственный университет
		Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I
		Первый Санкт-Петербургский государственный медицинский университет имени академика И.П. Павлова
		Санкт-Петербургский государственный педиатрический медицинский университет
		Северо-Западный государственный медицинский университет имени И.И. Мечникова
		Санкт-Петербургский государственный академический институт живописи, скульптуры и архитектуры имени И.Е. Репина при Российской академии художеств
Санкт-Петербургский государственный экономический университет		

№ п/п	Регион	Наименование вуза
		Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения
		Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации
12.	г. МОСКВА	<p>Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»</p> <p>Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова</p> <p>Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана (национальный исследовательский университет)</p> <p>Российский государственный университет нефти и газа (национальный исследовательский университет) имени И. М. Губкина</p> <p>Национальный исследовательский университет «МЭИ»</p> <p>Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова</p> <p>Российский государственный гуманитарный университет</p> <p>Российский университет транспорта (МИИТ)</p> <p>Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС»</p> <p>Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации</p> <p>Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет)</p> <p>Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации</p> <p>Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»</p> <p>Московский государственный лингвистический университет</p> <p>Московский физико-технический институт (государственный университет)</p> <p>Российский университет дружбы народов</p> <p>Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина</p> <p>Российский государственный социальный университет</p> <p>Московский политехнический университет</p> <p>Академия Русского балета имени А.Я. Вагановой</p> <p>Первый Московский государственный медицинский университет имени И.М. Сеченова</p> <p>Московская государственная консерватория имени П.И. Чайковского</p> <p>Московский государственный медико-стоматологический университет им А.И. Евдокимова</p> <p>Московский педагогический государственный университет</p> <p>Национальный исследовательский Московский государственный строительный университет</p> <p>Всероссийский государственный институт кинематографии имени С.А. Герасимова</p>

№ п/п	Регион	Наименование вуза
		Российский национальный исследовательский медицинский университет имени Н.И. Пирогова
		Российский институт театрального искусства – ГИТИС
		Московский государственный университет технологий и управления имени К.Г. Разумовского (Первый казачий университет)
		Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
		Российская академия музыки имени Гнесиных
		Российский государственный аграрный университет — МСХА имени К.А.Тимирязева
		Московский государственный академический художественный институт имени В.И. Сурикова при Российской академии художеств
		Академия труда и социальных отношений
13.	г.СЕВАСТОПОЛЬ	—
14.	ЕВРЕЙСКАЯ АВТОНОМНАЯ ОБЛАСТЬ	—
15.	ЗАБАЙКАЛЬСКИЙ КРАЙ	Забайкальский государственный университет
16.	ИВАНОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	Ивановский государственный политехнический университет
17.	ИРКУТСКАЯ ОБЛАСТЬ	Иркутский государственный университет Иркутский национальный исследовательский технический университет
18.	КАБАРДИНО- БАЛКАРСКАЯ РЕСПУБЛИКА	Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова
19.	КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта
20.	КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ	Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского
21.	КАМЧАТСКИЙ КРАЙ	—
22.	КАРАЧАЕВО- ЧЕРКЕССКАЯ РЕСПУБЛИКА	—
23.	КЕМЕРОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	Кемеровский государственный университет
24.	КИРОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	Кировский государственный медицинский университет
25.	КОСТРОМСКАЯ ОБЛАСТЬ	Костромской государственный университет
26.	КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ	Кубанский государственный университет Кубанский государственный технологический университет Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина Кубанский государственный медицинский университет
27.	КРАСНОЯРСКИЙ КРАЙ	Сибирский федеральный университет Красноярский государственный медицинский университет имени профессора В.Ф. Войно-Ясенецкого

№ п/п	Регион	Наименование вуза
28.	КУРГАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	Курганская государственная сельскохозяйственная академия имени Т.С. Мальцева
29.	КУРСКАЯ ОБЛАСТЬ	Юго-Западный государственный университет Курский государственный медицинский университет
30.	ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ	—
31.	ЛИПЕЦКАЯ ОБЛАСТЬ	Липецкий государственный технический университет
32.	МАГАДАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	—
33.	МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	Московский государственный областной университет Российский государственный университет туризма и сервиса Российский университет кооперации Московский государственный институт культуры
34.	МУРМАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	Мурманский государственный технический университет
35.	НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского Нижегородская государственная медицинская академия
36.	НОВГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ	Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого
37.	НОВОСИБИРСКАЯ ОБЛАСТЬ	Новосибирский государственный технический университет Новосибирский национальный исследовательский государственный университет Новосибирский государственный медицинский университет
38.	ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ	Омский государственный педагогический университет Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского Омский государственный технический университет
39.	ОРЕНБУРГСКАЯ ОБЛАСТЬ	Оренбургский государственный медицинский университет
40.	ОРЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	Орловский государственный университет экономики и торговли
41.	ПЕНЗЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ	Пензенский государственный университет
42.	ПЕРМСКИЙ КРАЙ	Пермский государственный национальный исследовательский университет Пермская государственная фармацевтическая академия
43.	ПРИМОРСКИЙ КРАЙ	Дальневосточный федеральный университет Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
44.	ПСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	Псковский государственный университет
45.	РЕСПУБЛИКА АДЫГЕЯ	Адыгейский государственный университет
46.	РЕСПУБЛИКА АЛТАЙ	—
47.	РЕСПУБЛИКА БАШКОРТОСТАН	Башкирский государственный медицинский университет Уфимский государственный нефтяной технический университет
48.	РЕСПУБЛИКА БУРЯТИЯ	Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления
49.	РЕСПУБЛИКА ДАГЕСТАН	Дагестанский государственный университет
50.	РЕСПУБЛИКА ИНГУШЕТИЯ	—

№ п/п	Регион	Наименование вуза
51.	РЕСПУБЛИКА КАЛМЫКИЯ	—
52.	РЕСПУБЛИКА КАРЕЛИЯ	Петрозаводский государственный университет
53.	РЕСПУБЛИКА КОМИ	Сыктывкарский государственный университет имени Питирима Сорокина
54.	РЕСПУБЛИКА КРЫМ	Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского
55.	РЕСПУБЛИКА МАРИЙ Эл	Поволжский государственный технологический университет
56.	РЕСПУБЛИКА МОРДОВИЯ	Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва
57.	РЕСПУБЛИКА САХА (Якутия)	Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова
58.	РЕСПУБЛИКА СЕВЕРНАЯ ОСЕТИЯ - АЛАНИЯ	Северо-Осетинская государственная медицинская академия
59.	РЕСПУБЛИКА ТАТАРСТАН	Казанский (Приволжский) федеральный университет
		Казанский государственный медицинский университет
		Казанский национальный исследовательский технологический университет
		Казанский государственный энергетический университет
60.	РЕСПУБЛИКА ТЫВА	—
61.	РЕСПУБЛИКА ХАКАСИЯ	—
62.	РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	Южный федеральный университет
		Ростовский государственный медицинский университет
		Донской государственный технический университет
63.	РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ	Рязанский государственный медицинский университет имени академика И.П. Павлова
64.	САМАРСКАЯ ОБЛАСТЬ	Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева
		Самарский государственный медицинский университет
		Самарский государственный технический университет
65.	САРАТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И.Вавилова
66.	САХАЛИНСКАЯ ОБЛАСТЬ	—
67.	СВЕРДЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	Российский государственный профессионально-педагогический университет
		Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина
		Уральский государственный горный университет
68.	СМОЛЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ	Смоленский государственный медицинский университет
69.	СТАВРОПОЛЬСКИЙ КРАЙ	Северо-Кавказский федеральный университет
		Ставропольский государственный медицинский университет
		Пятигорский государственный университет
70.	ТАМБОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

№ п/п	Регион	Наименование вуза
71.	ТВЕРСКАЯ ОБЛАСТЬ	Тверской государственный медицинский университет
72.	ТОМСКАЯ ОБЛАСТЬ	Сибирский государственный медицинский университет
		Национальный исследовательский Томский политехнический университет
		Национальный исследовательский Томский государственный университет
73.	ТУЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ	Тульский государственный университет
74.	ТЮМЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ	Тюменский государственный университет
75.	УДМУРТСКАЯ РЕСПУБЛИКА	Ижевский государственные технический университет имени М.Т. Калашникова
76.	УЛЬЯНОВСКАЯ ОБЛАСТЬ	Ульяновский государственный университет
77.	ХАБАРОВСКИЙ КРАЙ	Тихоокеанский государственный университет
		Дальневосточный государственный университет путей сообщения
78.	ХАНТЫ-МАНСИЙСКИЙ АВТОНОМНЫЙ ОКРУГ - ЮГРА	Ханты-Мансийская государственная медицинская академия
79.	ЧЕЛЯБИНСКАЯ ОБЛАСТЬ	Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)
		Челябинский государственный университет
		Южно-Уральский государственный медицинский университет
80.	ЧЕЧЕНСКАЯ РЕСПУБЛИКА	—
81.	ЧУВАШСКАЯ РЕСПУБЛИКА	Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова
82.	ЯРОСЛАВСКАЯ ОБЛАСТЬ	Ярославский государственный медицинский университет

РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА

На основании анализа данных выборки было выявлено, что в большинстве исследованных вузов (66,7%) ответственными за работу с иностранными абитуриентами являются международные отделы (управления), в 12,7% — специализированный центр, в 9,3% — другие структуры, среди которых выделяются специально организованные для этих целей службы, в 6,7% — профильные факультеты (институты), в 3,3% — приемная комиссия (рисунки 1).

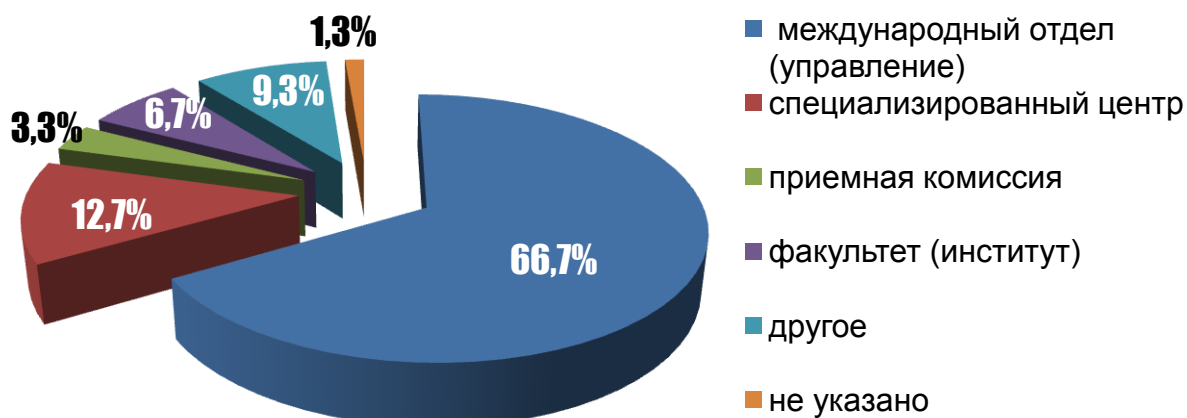


Рисунок 1 — Ответственные за работу с иностранными абитуриентами службы вузов выборки

Приведенный структурный анализ определяет центры ответственности в вузах, которые выполняют мотивационную и координационную функцию, связанную с повышением эффективности экспорта отечественного образования, а также определяют положение на сайтах информации для иностранных абитуриентов и студентов.

Анализ показал, что в ряде случаев такая информация дублируется на сайтах вузов в нескольких местах (61 вуз), а иногда полностью отсутствует (11 вузов).

Англоязычная версия сайта содержит данную информацию у 81 вуза, интернет-страницы международного отдела — у 50 вузов, приемной комиссии — у 47 вузов. В 10 случаях был идентифицирован специальный сайт (подсайт), предназначенный специально для информирования иностранных поступающих и обучающихся (рисунки 2).



Рисунок 2 — Интернет-ресурсы вузов выборки, на которых размещена информация для иностранных абитуриентов

В результате проведенного анализа было выявлено, что в 78% случаев информация для иностранных абитуриентов и студентов размещена на сайтах комплексно, т.е. в границах одного подсайта (навигационного блока — пункта меню или подменю), 12% вузов разместили информацию в различных местах, т.е. в случае работы с подобным интернет-ресурсом у пользователя могут возникнуть определенные сложности в получении полной и адекватной информации об образовании в данном учебном заведении (рисунок 3).

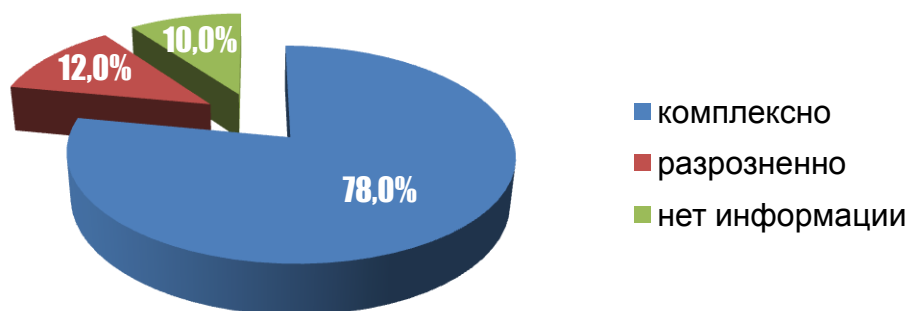


Рисунок 3 — Комплексность размещения информации для иностранных абитуриентов на сайтах вузов выборки

Большинство интернет-ресурсов выборки вузов переведены на несколько иностранных языков, в большинстве случаев — на английский (125 интернет-ресурсов), 41 — на китайский, 17 — на испанский, 16 — на немецкий, 15 — на французский, 26 — на другие языки (арабский, корейский, турецкий, персидский, монгольский, вьетнамский, итальянский, туркменский, татарский, якутский) (рисунок 4). Отсутствуют иноязычные версии сайтов у 25 обследованных вузов, что затрудняет работу с ними иностранных граждан и может стать существенным препятствием для привлечения их на обучение. В ряде случаев при наличии соответствующего значка на специальной панели было установлено отсутствие работоспособности иноязычных страниц или перевод только отдельных

элементов (например, меню), что не может быть идентифицировано как наличие перевода на иностранный язык.



Рисунок 4 — Иностранные языки, на которые переведены сайты вузов выборки

Дополнительно было выявлено распределение числа иностранных языков Интернет-ресурсов выборки (рисунок 5).

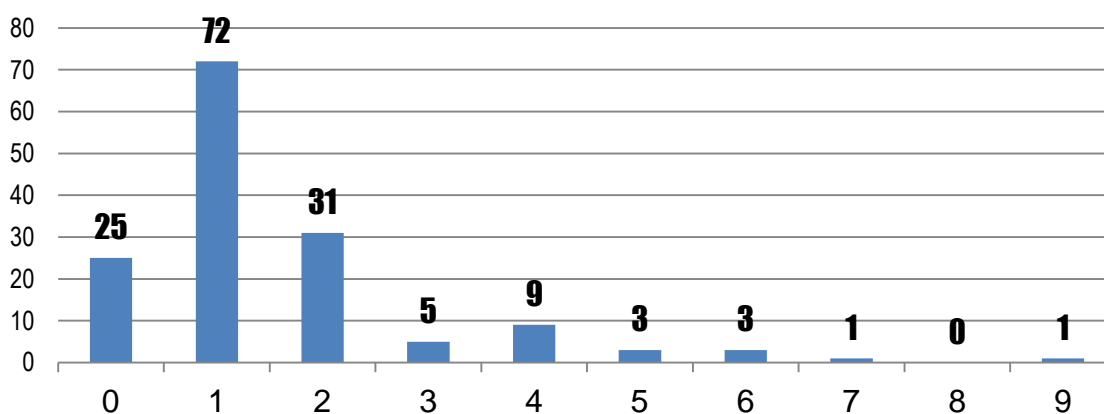


Рисунок 5 — Количество иностранных языков, на которые переведены интернет-ресурсы вузов выборки

Как показывают данные рисунка 5, наибольшее число Интернет-ресурсов переведены на один иностранный язык (преимущественно — английский), число сайтов с полиязычным контентом на 3 и более языках весьма невелико.

В рамках исследования была установлена степень соответствия англоязычных интернет-ресурсов русскоязычной версии сайта: в половине случаев (50,7%) установлена неполная степень соответствия англоязычных страниц, полностью дублируется информация только в 12% случаев, 22,7% интернет-ресурсов на английском языке существенно отличаются от русскоязычных аналогов (рисунок 6).

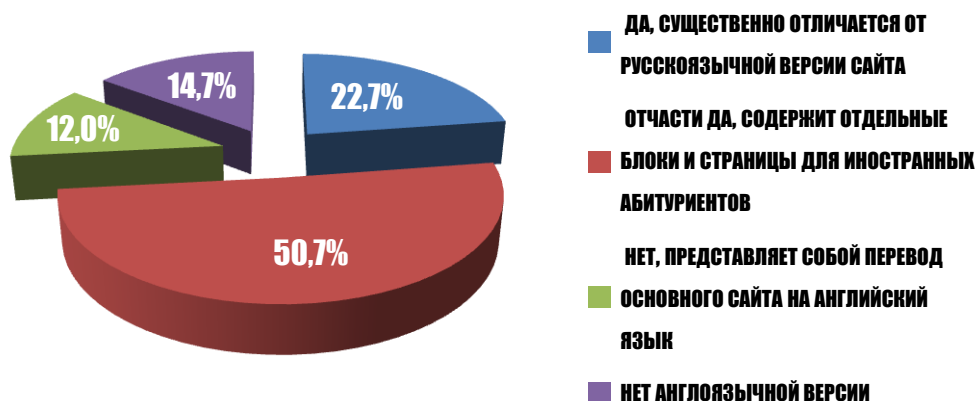


Рисунок 6 — Степень различий русскоязычных и англоязычных версий сайтов вузов выборки

Все это демонстрирует тот факт, что большинство вузов выборки осуществляют целенаправленный перевод тех материалов и блоков, которые в большей степени будут интересны иностранным пользователям, что в том числе снижает трудности поиска необходимой информации и облегчает работу с интернет-ресурсом.

В соответствии с выбранным инструментарием была проведена экспертная оценка русскоязычного и англоязычного контента с позиций его полноты и актуальности по следующим направлениям (рисунки 7-8):

- информация об образовательных программах для иностранных граждан;
- информация о правилах приема для иностранных граждан;
- визовая информация, миграционный учет;
- информация об условиях обучения и проживания;
- информация о вузе (регионе).

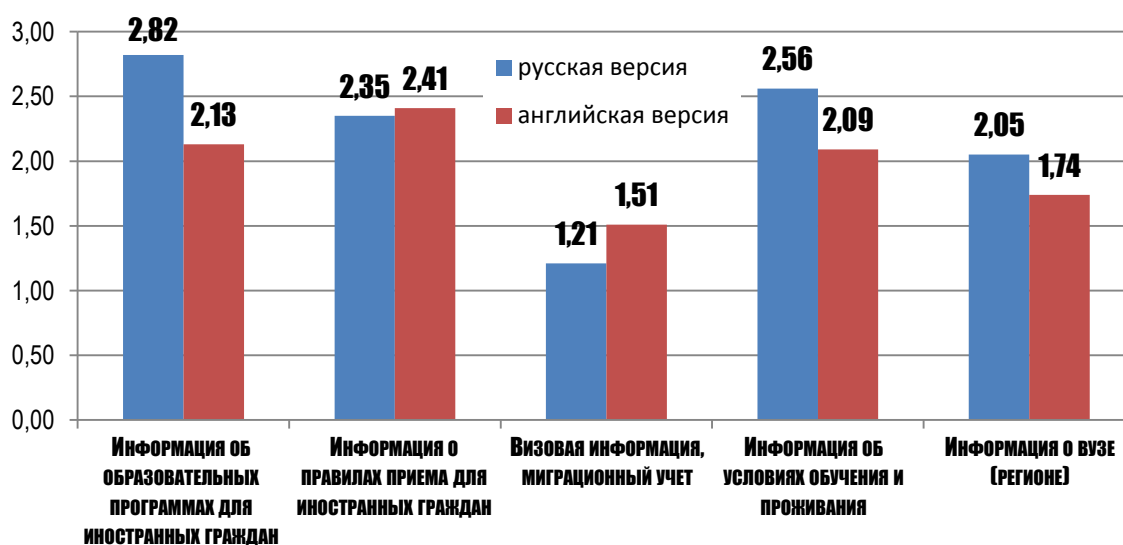


Рисунок 7 — Средняя экспертная оценка полноты контента интернет-ресурсов вузов выборки

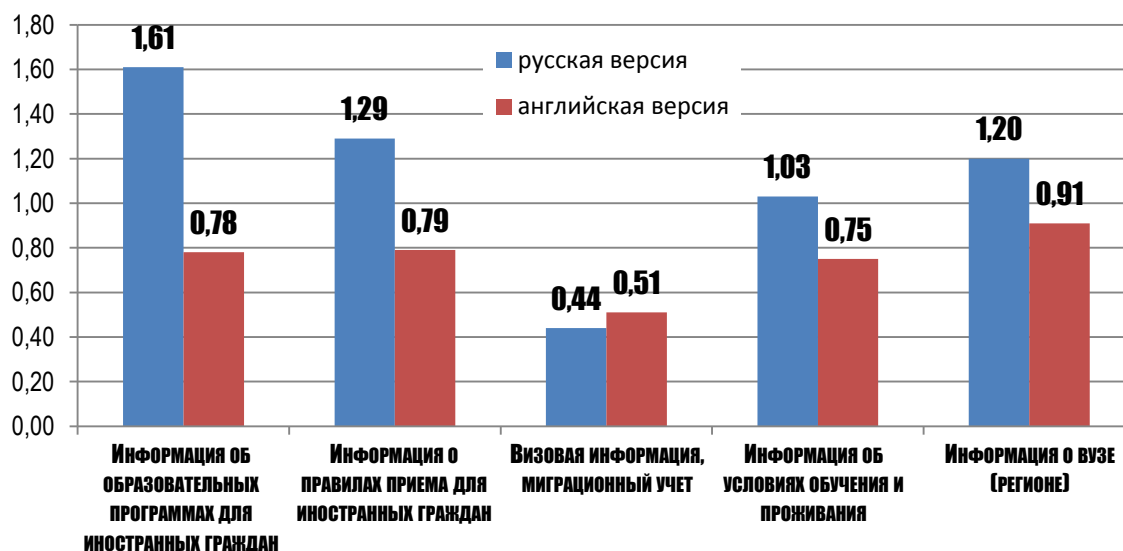


Рисунок 8 — Средняя экспертная оценка актуальности контента интернет-ресурсов вузов выборки

Для русскоязычной версии наиболее полной с позиций экспертных оценок на сайтах вузов выборки была признана информация об образовательных программах (средний балл — 2,82), а также об условиях обучения и проживания (средний балл — 2,56) и правилах приема (средний балл — 2,35). Очевидно, что в соответствии с требованиями Минобрнауки России вузами на официальном сайте должна быть представлена полная информация о правилах приема и образовательных программах, при этом для привлечения иностранных абитуриентов необходимо отдельно выделить специфические особенности, связанные как с выбором соответствующей образовательной программы, так и с подачей документов и проведением вступительных испытаний.

Отмечается, что на русскоязычных версиях сайтов экспертам не удалось идентифицировать информацию об образовательных программах, рекомендуемых иностранным гражданам — у 4 вузов, о правилах приема — у 18 вузов, о визовых требованиях — у 90 вузов, об условиях проживания и обучения — у 17 вузов.

В более чем половине случаев (экспертная оценка — 3 и менее баллов) информация об образовательных программах для иностранных граждан напрямую не идентифицирована. Приведен перечень предлагаемых вузом образовательных программ на подсайте приемной комиссии и, в лучшем случае, иностранные пользователи переадресовываются со специально организованных для них страниц на соответствующие ресурсы.

Аналогично, правила приема, которые обязана размещать на своем официальном сайте образовательная организация, также содержат сведения о приеме иностранных граждан и лиц без гражданства. При этом найти такую информацию без специальных указаний на нее оказывается весьма проблематично. Формализованный язык положения не в полной мере отвечает требова-

ниям интернет-маркетинга, что существенно снижает ценность такой информации даже при ее наличии.

Оценка актуальности информации в ряде случаев была затруднена в силу отсутствия четкого указания на даты размещения информации. Наиболее высокий уровень оценок актуальности русскоязычного контента был дан информации об образовательных программах (средний балл — 1,61), о правилах приема (средний балл — 1,29) и информации о вузе (регионе) (средний балл — 1,20), что обусловлено в том числе более высокой содержательной стабильностью самой информации, нежели оперативностью ее обновления.

По оценкам исследователей не содержат актуальной информации по образовательным программам для иностранных граждан 7 интернет-ресурсов выборки; о правилах их приема — 18; о визовых требованиях — 93; об условиях обучения и проживания — 93. При этом практически половина исследуемых интернет ресурсов (66) обеспечивают идентификацию актуальности сведений о правилах приема, две трети (99) — об образовательных программах для иностранцев, что, однако, не является достаточным для эффективного международного интернет-маркетинга вузов.

Очевидно, наиболее слабо представлена в контенте интернет-ресурсов вузов информация о правилах пребывания иностранных граждан в России, что является весьма значимым фактором для лиц, принимающих решение о возможности получения образования в другой стране. Практически две трети из представленных материалов на сайтах не актуализированы или вовсе отсутствуют. Все это требует большего внимания со стороны ответственных за прием иностранных граждан структур.

Оценка англоязычного контента показала в большинстве своем менее высокие результаты по всем выделенным направлениям, за исключением информации о правилах приема для иностранных граждан.

Как и в случае с русскоязычной версией, наиболее высокие оценки имеет контент об образовательных программах, об условиях обучения и проживания и правилах приема, наиболее низкие — визовая информация.

При этом актуальность англоязычного контента оценена как более низкая по сравнению с русскоязычной версией сайта. Средняя экспертная оценка по всем направлениям менее 1, что демонстрирует тот факт, что более половины вузов выборки представляют на своих англоязычных страницах устаревшую информацию, либо отсутствует возможность оценить ее актуальность.

В части информации об образовательных программах для иностранных студентов констатируется ее отсутствие в англоязычном контенте на 47 интернет-ресурсах выборки, на 56 — она не актуализируется, наиболее полной она признана у 16 вузов.

Отсутствие информации о правилах приема для иностранцев на английском языке было выявлено на 44 интернет-ресурсах, на 53 она не актуализирована, при этом критерию полноты в полной мере соответствует 26 сайтов, актуальности — 21.

Отсутствие визовой информации в англоязычном контенте констатируется у 81 вуза, у 86 она не актуальна. Информация об условиях проживания и обучения не представлена на 50 англоязычных интернет-страницах, в 57 случаях она не актуальна.

Подобная статистика демонстрирует следующую тенденцию: у вузов, активно продвигающих экспорт отечественного образования, англоязычные версии информации для иностранных абитуриентов гораздо более наполнены и актуальны по сравнению с русскоязычными, в то время как у более чем половины просмотренных интернет-ресурсов англоязычные страницы представляют собой исключительно формальную информацию без учета интересов и приоритетов потенциальных пользователей. В ряде случаев осуществляется перевод отдельных ресурсов, не всегда способных вызвать интерес у возможных посетителей, поскольку включает внутреннюю и специфическую информацию.

Кроме того, отдельными вузами используется встроенный автоматический переводчик, результаты работы которого не могут отвечать требованиям стилистически грамотного перевода, а также снижают работоспособность самого ресурса.

С содержательной точки зрения контент интернет-ресурсов для иностранных пользователей по результатам оценки характеризуется достаточным уровнем толерантности и дружелюбия: большинство сайтов получили высокую оценку (59) или выше среднего (87). Аналогично показатель «читабельность», характеризующий понятность текста для пользователей, также демонстрирует высокие экспертные оценки: высокая — 33 интернет-ресурса, выше среднего — 73.

Невысокие показатели читабельности получили сайты вузов, представляющие собой формальную интернет-площадку для размещения официальных документов без подробных и необходимых комментариев и разъяснений. Очевидно, для привлечения большего числа пользователей при наличии подобных документов для скачивания должны присутствовать стилистически проработанные для конкретной целевой аудитории тексты, способствующие лучшему восприятию сайта и вуза в целом.

Таким образом, анализ контента демонстрирует следующие тенденции:

- около трети исследованных интернет-ресурсов соответствуют выделенным требованиям и содержат актуальную и полную информацию, необходимую для привлечения иностранных граждан для обучения в России;

- в ряде случаев обеспечивается большая полнота информации для иностранных граждан на англоязычной версии сайта;
- наименее полной является визовая информация как в русскоязычном, так и англоязычном контенте;
- в более чем половине случаев отсутствует возможность идентифицировать степень актуальности представленной информации, в среднем около трети интернет-ресурсов содержат устаревшие данные.

Отдельной характеристикой представлена эмоциональная удовлетворенность интернет-ресурсом пользователей. Наиболее высокие показатели имеют 65 вузов, выше среднего — 53.

К эстетическим показателям были отнесены характеристики дизайна, наглядности и мультимедиа.

Наиболее высокие показатели дизайна получили 90 интернет-ресурсов, выше среднего — 50. Высокую наглядность демонстрируют 65 интернет-ресурсов, выше среднего — 53. Мультимедийность контента и его качество высоко оценено экспертами в 100 случаях, выше среднего — в 38. Отмечается, что низкие оценки эстетических показателей исследуемых сайтов практически отсутствуют.

Значимым блоком исследования интернет-ресурсов является оценка юзабилити.

Отмечается, что все из исследуемых интернет-ресурсов обладают свойством кроссбраузерности, т.е. отсутствуют проблемы работы с сайтом в Internet Explorer, Firefox, Google Chrome, которые являются наиболее популярными в соответствии с исследованиями Netmarketshare¹.

Мобильной версией обладают 108 из исследуемых интернет-ресурсов, 139 приспособлены для использования лицами с ограниченными возможностями здоровья, в первую очередь — для слабовидящих².

Большинство интернет-ресурсов обладает понятным интерфейсом (104 — наивысшая оценка, 35 — выше среднего). При этом отмечается, что критерию наличия и работоспособности поисковой системы отвечают только около половины интернет-ресурсов. Адекватные результаты были получены для русскоязычных запросов в 70 и 86 случаях соответственно, для англоязычных — в 30.

Экспертная оценка выявила отсутствие помощи для пользователей и (или) карты сайта в 77 тестируемых примерах, что, однако, не является критическим

¹ Desktop Top Browser Share Trend [Electronic resource] // Netmarketshare. URL: <https://www.netmarketshare.com>.

² Просмотр мобильной версии сайта производился в браузере Google Chrome с использованием встроенных «инструментов разработчика» и включения режима эмуляции мобильных устройств.

фактором ввиду высокой понятности интерфейса, но при этом требует детального изучения возможности совершенствования интернет-ресурсов.

Структура сайтов выборки получила достаточную оценку со стороны исследователей. В 110 случаях установлено соответствие названий пунктов и подпунктов меню их содержанию, при этом оценки ниже среднего получили 38 сайтов, что требует устранения замечаний в конкретных случаях.

Наиболее высокую оценку структуры сайта получили 49 вузов из выборки, 40 — выше среднего.

В результате анализа была установлена высокая степень навигационной доступности информации для иностранных абитуриентов и студентов для 112 интернет-ресурсов выборки, при этом 36 сайтов демонстрируют низкие показатели.

Механизм «хлебные крошки» реализован на страницах 109 русскоязычных и 83 англоязычных интернет-ресурсов, при этом констатируется практически полное отсутствие предупреждений о переходах на другие интернет-ресурсы (147 сайтов). Высокую оценку удобства навигации получили 84 сайта, выше среднего — 46.

Таким образом, в целом оценка юзабилити показала неплохие пользовательские характеристики интернет-ресурсов вузов выборки, предназначенных для иностранных абитуриентов.

Оценка показателей безопасности существенно затруднена в силу отсутствия необходимого инструментария, при этом с экспертных позиций таким требованиям удовлетворяют 33 вуза выборки, а 90 получили низкую оценку (в большинстве случаев отсутствует возможность регистрации на сайте).

Коммуникативный аспект сайтов вузов выборки характеризуется несколько более низкими показателями. Отмечается, что 149 структур приводят контакты структурных подразделений, ответственных за коммуникацию с иностранными студентами и абитуриентами.

В результате исследования были оценены различные возможности интерактивной связи с пользователями. Возможность подписки на новости обеспечивают 18 интернет-ресурсов выборки, коммуникации по электронной почте — 124.

С позиций возможностей публичного диалога (обеспечения консультаций в формате вопрос-ответ, онлайн-звонков и др.) требованиям удовлетворяют 40 интернет-сайтов, из них 1 содержит два вида сервисов.

Публичное общение по проблематике исследования обеспечивается форумами, сформированными на 7 сайтах.

Анализ присутствия в социальных сетях, который проводился исключительно по профилям, предназначенным для иностранных абитуриентов и студентов (либо на английском языке), продемонстрировал недостаточную актив-

ность вузов в данном направлении. Социальные сети на современном этапе в недостаточной мере используются вузами как эффективный маркетинговый инструмент. Более всего распространен Facebook (18 вузов), далее следует Twitter и ВКонтакте (10 вузов).

Как показывают данные анализа, вопросам коммуникаций сайтов, которые являются базовыми инструментами для активного вовлечения потенциальных абитуриентов во взаимодействие, уделяется недостаточное внимание.

Общие тренды оценки интернет-ресурсов отечественных вузов могут быть сформулированы в виде следующих тезисов:

- для большинства интернет-ресурсов отмечается достаточный или высокий уровень эстетических показателей и характеристик юзабилити;
- требуется доработка и совершенствование контента интернет-ресурсов и расширение возможностей коммуникации через онлайн-сервисы, форумы и пр.;
- сайты ряда вузов содержат избыточный контент, который может стать дополнительным инструментом привлечения активных пользователей, но при этом затрудняет навигацию;
- установлено неполное соответствие русскоязычных и иноязычных версий сайтов, в том числе неполный перевод (отражается как иностранный, так и русский контент на одной странице), в ряде случаев неработоспособность и др.;
- в отдельных случаях вызывает сомнение актуальность представленной информации, или отсутствует возможность определить период ее обновления.

В качестве результата исследования был получен рейтинг вузов выборки, который был составлен в соответствии с суммой баллов по каждому критерию. Полученные результаты не могут считаться полностью объективными, поскольку тестирование сайтов осуществлялось тремя экспертами на основании их субъективных оценок в рамках разработанной методики. При этом проведение эксперимента максимально соответствовало реальной практике поиска информации и оценки качества функционирования интернет-ресурса реальными пользователями, что позволяет выявить лучшие сайты и использовать их как практические примеры для повышения эффективности интернет-маркетинга отечественного образования.

Детальное исследование полученного рейтинга показало, что наиболее высокие позиции занимают преимущественно вузы, демонстрирующие высокие результаты развития, входящие в группу федеральных, национальных исследовательских университетов, участники проекта «5-100».

Из 39 вузов, определенных Минобрнауки России как экспортоориентированные, интернет-ресурсы 22 оказались по результатам проведенной оценки в числе лучших.

Ниже приведен топ-50 сайтов отечественных вузов с позиций качества и эффективности представления информации для иностранных абитуриентов и технической поддержки (таблица 3).

ТАБЛИЦА 3 — ТОП-50 ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ВУЗОВ С ПОЗИЦИЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ЭКСПОРТА ОБРАЗОВАНИЯ

№ п/п	Наименование вуза	Количество баллов
1	Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»	141
2	Белгородский государственный национальный исследовательский университет	132
3	Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого	131
4-5	Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана (национальный исследовательский университет)	127
4-5	Казанский (Приволжский) федеральный университет	127
6-7	Пензенский государственный университет	122
6-7	Сибирский федеральный университет	122
8	Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики	120
9	Российский университет дружбы народов	119
10	Российский государственный социальный университет	115
11-12	Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)	114
11-12	Владивостокский государственный университет экономики и сервиса	114
13	Дальневосточный федеральный университет	113
14	Российский государственный университет нефти и газа (национальный исследовательский университет) имени И.М. Губкина	112
15-17	Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова	111
15-17	Национальный исследовательский Томский политехнический университет	111
15-17	Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина	111
18	Алтайский государственный университет	110
19-20	Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации	109
19-20	Санкт-Петербургский государственный университет	109
21	Казанский государственный медицинский университет	108
22-23	Южный федеральный университет	106

№ п/п	Наименование вуза	Количество баллов
22-23	Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева	106
24-25	Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова	105
24-25	Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта	105
26-27	Московский государственный лингвистический университет	104
26-27	Национальный исследовательский Томский государственный университет	104
28	Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»	103
29-30	Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина	102
29-30	Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет)	102
31-32	Петрозаводский государственный университет	101
31-32	Северо-Кавказский федеральный университет	101
33-35	Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова	100
33-35	Новосибирский государственный технический университет	100
33-35	Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС»	100
36-38	Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина	99
36-38	Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им.Н.И. Лобачевского	99
36-38	Кубанский государственный университет	99
39-40	Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского	98
39-40	Пермский государственный национальный исследовательский университет	98
41-43	Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна	97
41-43	Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва	97
41-43	Тюменский государственный университет	97
44-50	Сибирский государственный медицинский университет	96
44-50	Иркутский государственный университет	96
44-50	Псковский государственный университет	96
44-50	Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации	96
44-50	Юго-Западный государственный университет	96
44-50	Новосибирский национальный исследовательский государственный университет	96
44-50	Воронежский государственный университет	96

С точки зрения географической локации представленные в топ-50 вузы распределены следующим образом:

✓ г. Москва	— 14;
✓ г. Санкт-Петербург	— 4;
✓ Томская область	— 3;
✓ Краснодарский край	— 2;
✓ Новосибирская область	— 2;
✓ Республика Татарстан	— 2;
✓ Приморский край	— 2;
✓ Алтайский край	— 1;
✓ Белгородская область	— 1;
✓ Воронежская область	— 1;
✓ Иркутская область	— 1;
✓ Калининградская область	— 1;
✓ Красноярский край	— 1;
✓ Курская область	— 1;
✓ Нижегородская область	— 1;
✓ Пензенская область	— 1;
✓ Пермский край	— 1;
✓ Псковская область	— 1;
✓ Республика Карелия	— 1;
✓ Республика Крым	— 1;
✓ Республика Мордовия	— 1;
✓ Республика Саха (Якутия)	— 1;
✓ Ростовская область	— 1;
✓ Самарская область	— 1;
✓ Свердловская область	— 1;
✓ Ставропольский край	— 1;
✓ Тюменская область	— 1;
✓ Челябинская область	— 1.

Анализ средних показателей по выборке топ-50 выявил существенно более высокие показатели по сравнению со всей выборкой вузов, в первую очередь, в части контента. Значительно более высокими оказались оценки по следующим параметрам (отклонение в баллах между средними — более 1):

- полнота информации об образовательных программах для иностранных граждан (английская версия сайта);

- полнота информации о правилах приема для иностранных граждан (русская и английская версии сайта);
- полнота визовой информация (русская и английская версии сайта);
- полнота информации об условиях обучения и проживания (русская и английская версии сайта);
- полиязычность контента (количество языков, на которых представлена информация; уровень соответствия русскоязычной и иноязычных версий сайта).

Все эти характеристики могут быть признаны наиболее значимыми при разработке направлений совершенствования интернет-ресурсов для иностранных граждан, поскольку именно их качество снизило общую оценку сайтов, не включенных в топ-50.

Отмечается достаточное расхождение в пользу интернет-ресурсов вузов-лидеров в следующих характеристиках (отклонение в баллах между средними — более 0,3):

- актуальность информации об образовательных программах для иностранных граждан (английская версия сайта);
- актуальность информации о правилах приема для иностранных граждан (английская версия сайта);
- актуальность визовой информация (русская и английская версии сайта);
- актуальность информации об условиях обучения и проживания (английская версия сайта);
- полнота информации о вузе (регионе) (русская и английская версии сайта) и ее актуальность (английская версия сайта);
- читабельность;
- эмоциональная удовлетворенность сайтом;
- дизайн;
- наглядность;
- удобство структуры сайта;
- степень навигационной доступности;
- реализация механизма «хлебные крошки» (английская версия сайта);
- присутствие в социальных сетях (Facebook);

По другим показателям в большинстве своем также определен приоритет первых 50 вузов рейтинга, за исключением следующих характеристик, которые для топ-50 несколько ниже и равны показателям основной выборки:

- актуальность информации о правилах приема (русская версия сайта);

- кроссбраузерность;
- специальные возможности сайта для пользователей с ОВЗ;
- соответствие названий содержанию;
- предупреждения о переходах на сторонние ресурсы/файлы.

Эти характеристики (за исключением первой) должны быть дополнительно усовершенствованы в большинстве случаев, поскольку в некоторой степени снижают положительное впечатление пользователей от посещения интернет-ресурса.

Таким образом, проведенный анализ выборки 150 вузов позволил получить достаточно полное представление о состоянии интернет-ресурсов отечественных вузов, предназначенных для осуществления экспорта образования. Выявлена относительно высокая степень готовности реализации стратегии интернет-маркетинга у достаточного числа отечественных вузов, чьи сайты получили высокие оценки. При этом были определены направления совершенствования интернет-ресурсов, которое может осуществляться с опорой на лучшие практики вузов–лидеров составленного рейтинга, а также составленные в рамках проекта рекомендации.

Примечание: исследование проводилось по специально разработанной авторской методике группой экспертов, в которую входили специалисты проекта и иностранные студенты, что обеспечивает определенную долю субъективности результатов.

Автор: А.А. Мальцева

