



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

СТУДЕНТОЦЕНТРИЧНОСТЬ В ЦИФРОВЫХ РЕШЕНИЯХ ДЛЯ ВУЗОВ

Габдрахманов Нияз Камилевич,

научный сотрудник Института Образования НИУ ВШЭ

Москва, 2021



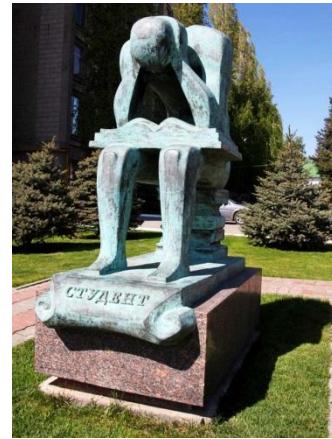
Вечный студент: positive sense



г. Москва



г. Тамбов



г. Саратов



г. Челябинск



г. Лёвен (Бельгия)



г. Тольятти

К обучающимся в зависимости от уровня осваиваемой образовательной программы, формы обучения, режима пребывания в образовательной организации относятся:

- 1) воспитанники;
- 2) учащиеся;
- 3) студенты (курсанты) - лица, осваивающие образовательные программы среднего профессионального образования, программы бакалавриата, программы специалитета или программы магистратуры;
- 4) аспиранты;
- 5) адъюнкты;
- 6) ординаторы;
- 7) ассистенты;
- 8) слушатели;
- 9) экстерны.



Вклад студента



Вклад вузов в социально-экономическое развитие регионов и городов*:

- Налоговые отчисления;
 - Доходы полученные от студентов (проживание, досуг и т.д.);
 - Рабочие места;
 - Человеческий капитал и потенциал;
 - Культурный капитал;
 - Премия за высшее образование;
 - Экономика знаний;
- ...

*Оценка вклада региональных систем высшего образования в социально-экономическое развитие регионов России / О. В. Лешуков, Д. Г. Евсеева, А. Д. Громов, Д. П. Платонова; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Институт образования. — М.:НИУ ВШЭ, 2017. — 30 с.

Несколько фактов:

- Молодежь продолжается оставаться наиболее мобильной группой населения;
- Сельская местность и малые города продолжают оставаться донорами молодежи;
- Существуют явные пики миграционной активности, связанные с поступлением на бакалавриат, магистратуру и выходом на рынок труда;
- Лишь небольшая группа регионов демонстрирует свою миграционную привлекательность;
- Масштабы миграции молодёжи увеличились в три раза;
- Система высшего образования характеризуется высокой степенью локализации на региональном и муниципальном уровне;
- Сохраняются региональные диспропорции в охвате молодежи высшим образованием и доступности бюджетных мест;
- Бюджетная обеспеченность формирует условия для вузовского трека молодежи;



Структура презентации:

- Образовательная воронка;
- Конкуренция и конкурентоспособность;
- Цифровые следы студентов;
- Студенты и рынок труда;
- Выпускники: loyalty and contribution;



Образовательная воронка:

школьники

абитуриенты

студенты

выпускники

Технологические решения для вузов

Школьники:

Поиск целевой аудитории;
Построение ИОТ;
Коммуникация;
Моделирование образовательных
интересов;

Студенты:

Вероятность отсева;
Успеваемость;
Биржа труда;
Самочувствие;
Связь с рынком труда;
Лояльность;

Абитуриенты:

Таргетинг;
Коммуникация;
Целевая модель ;
Индивидуальный подход;
Образовательная миграция;

Выпускники:

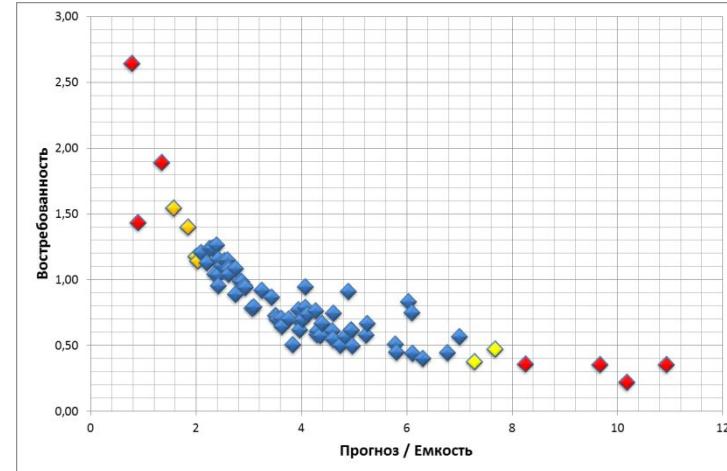
Социальный портрет;
Лояльность;
Эндаумент-фонд;
Трудоустройство;
Трудовая миграция



Школьники и абитуриенты:

Вызовы:

- Дистант!;
- Демографическая нагрузка;
- Оптимизация вузовской сети;
- Трансформация образовательной траектории;
- Борьбы за таланты;
- Ограничение онлайн рекрутинга;
- Низкая эффективность традиционных онлайн инструментов;
- Нет прямого контакта с абитуриентами;



Решения:

Поиск талантов «Вконтакте»

Большая часть абитуриентов оставляет цифровой след в социальной сети. Его можно извлечь и измерить по нему уровень образовательного потенциала

Индивидуальное предложение

В цифровом следе школьника отражаются его образовательные интересы. Их понимание позволяет повысить точность таргетинга при информационном воздействии. Реклама вуза не воспринимается как спам.

Прямая коммуникация

Основной платформой для коммуникации для молодёжи является социальная сеть. Вуз может использовать её для оперативного общения со своей аудиторией без посредников

Цифровой двойник абитуриента «Вконтакте»

Среднестатистический школьник «Вконтакте»

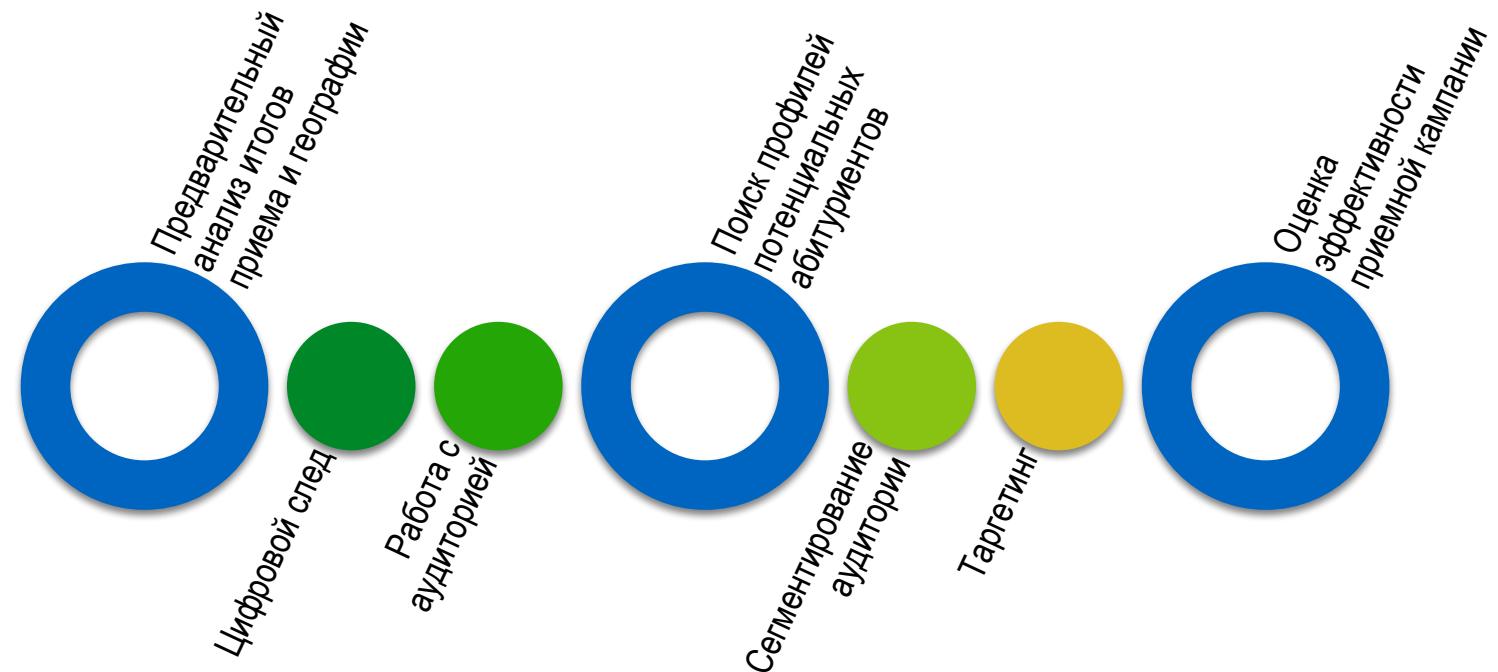
300 – подписок
150 – друзей
10 000 – лайков
5 лет – в сети

Чем интересуются школьники

99% подписок:
- развлечение;
- спорт;
- общество
1% – образование

Школьники с высокой учебной мотивацией

У каждого 20-го школьника
доля образовательных
интересов выше, чем у
сверстников (от 5 до 70%)





Студенты на дистанте*:

**Источник - открытые
данные социальных сетей
За период 3 февраля – 14 июня 2020**

1 **1.12** млн аккаунтов
студентов

2 **0.96** млн аккаунтов
школьников 10-11 классов

3 более **1000** неформальных
университетских сообществ

4 **108** тысяч аккаунтов школьных
учителей и преподавателей вузов

5 **130** тысяч аккаунтов подписчиков
родительских сообществ

Основные проблемы:

ухудшение физического и психологического самочувствия студентов (71% негатива в сообщениях) вследствие отсутствия социальных контактов и студенческой жизни. Вузы смогли организовать в дистанте учебный процесс, но не обеспечили его эргономику, не помогли студенчеству перевести в онлайн внеучебные активности и смягчить дефицит неформального общения.

Второй по значимости темой среди студентов является **социально-финансовое обеспечение** - (14% от всех сообщений). Интенсивность обсуждения этой темы постепенно нарастает. **Материальные проблемы в отличие от учебных накапливаются.** Еще более актуальным становится проект по созданию бирюзовых троп для социальной подде-

Переход в дистант активизировал обсуждение вопросов образования в студенческих сообществах в **3** раза, но заполнил собой всю информационную повестку (всего **6%** сообщений). «Катастрофы» не случилось. Система ВО продемонстрировала свою устойчивость к резким изменениям.

Большую часть содержания (83%) сообщений составляют вопросы студентов. **Видна низкая скорость принятия решений в вузах и слабое информирование студентов.**

Наибольшее количество вопросов в сообщениях относится к теме организационного и методического характера (63%), наименьшее – техническое обеспечение (5%). **Качество образования в дистанте в большей степени определяет квалификация ППС и** **использование в их практике технологий и**

Образовательные треки молодежи



- на **42%** сократился интерес выпускников школ на сообщества университетов в родном регионе
- на **32%** на сообщества вузов, расположенных в **других регионах** России



- Интерес к местным университетским сообществам **вырос** в Республике Алтай, Кемеровской, Орловской, Псковской, Смоленской областях;
- Интерес к сообществам вузов из других регионов **вырос** в Республике Адыгея, Дагестан, Забайкальском крае, Карелии, Орловской, Псковской и Тамбовской областях.



Студенты и рынок труда:

Вызовы:

91% работодателей отмечает нехватку практических знаний у выпускников

25 % обладателей дипломов идут работать на должности, не требующие их уровня образования

К 2025 году Россия значительно ухудшит свои конкурентные позиции в глобальной экономике знаний и с высокой вероятностью потеряет возможность догнать группу передовых стран

The Boston Consulting Group
Россия 2025: от кадров к талантам

20 миллиардов долларов в год тратит Российский бизнес на доучивание и переучивание специалистов. Это колоссальные деньги, сопоставимые со всем бюджетом профессионального образования.

Ярослав Кузьминов
ректор Высшей школы экономики
Российская газета - № 0(4563)

Решения:

- Университет знает о студентах больше чем кто-либо;
- Рынок труда - объективный барометр качества образования
- Платформа - механизм корректного сбора, обработки данных, и подготовки рекомендаций

HeadHunter API

- Рекомендации
- Вакансии
- Отклики
- Трудоустройство

Рекомендательная система

Биржа труда UniProfi

- Стажировки
- Подработка
- Проекты
- Социалка

Moodle

- Факультет, кафедра
- Данные РПД
- Пройденные курсы

«Плюшки»:

СТУДЕНТ

- Самоопределение
- Мотивация к обучению
- Заработка
- Профессиональная траектория во время учебы
- Верифицированное портфолио из боевых проектов

УНИВЕРСИТЕТ

- Развитие экосистемы
- Умное трудоустройство
- Карьерный след выпускника
- Аналитика данных для управленческих решений
- Профессиональный экзамен для ООП и трансформация образования
- Форсайт и предсказательные возможности

БИЗНЕС

- Портал в университет
- Быстрый и точный ответ
- «Свой» специалист еще в вузе
- Влияние на образовательную политику университета



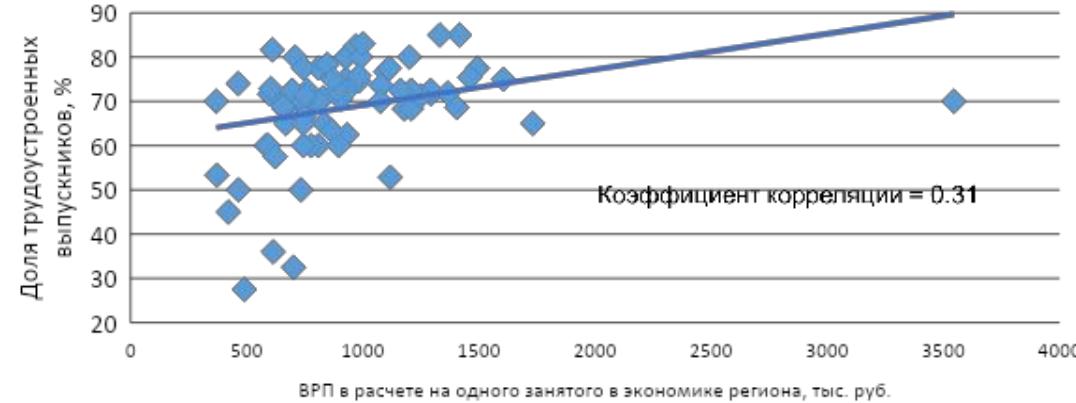
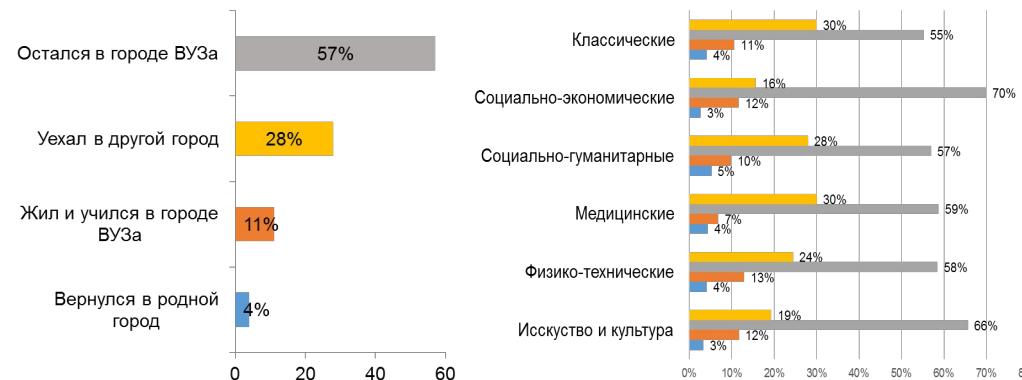
Выпускники: loyalty and contribution

Цель:

- Определить информированность о деятельности эндаументов
- Определить степень участия в благотворительной деятельности
- Выявить приоритетные направления для пожертвований

Механизм распространения опроса: официальные сообщества организаций (университетов), а также крупные тематические сообщества.

Для определения миграционных потоков было проведено сравнение в изменении родного города, города вуза и текущего местоположения выпускника.



46% респондентов не знают о существовании эндаумент-фондов

81% готовы совершать пожертвования

Предпочитаемые направления для пожертвования

66% - социальное развитие и благополучие

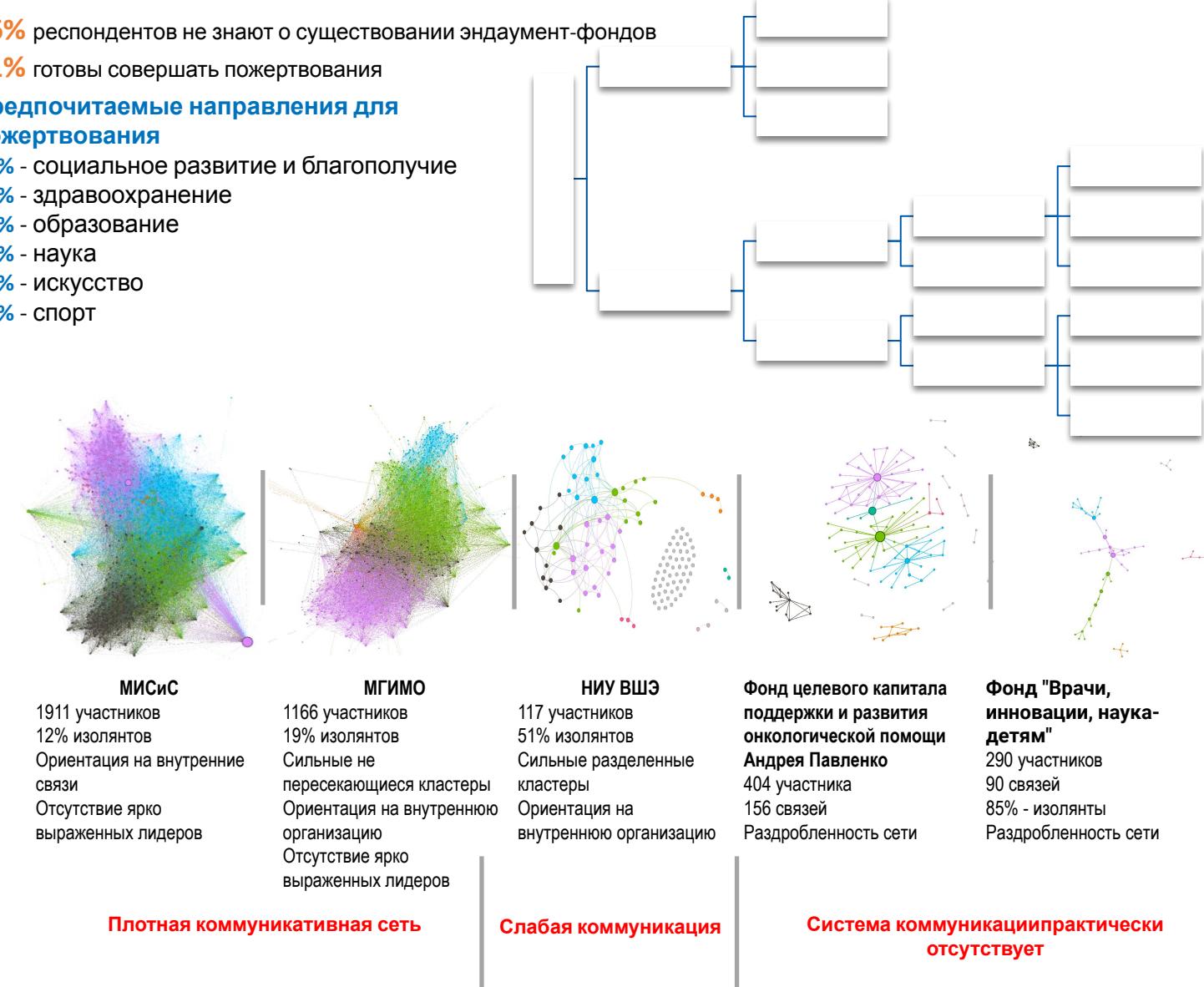
58% - здравоохранение

42% - образование

34% - наука

22% - искусство

12% - спорт





Идейные вдохновители и вузы партнеры:

Михаил Мягков, председатель Совета Университетского консорциума исследователей больших данных (Россия), научный руководитель центра прикладного анализа больших данных Томского государственного университета; профессор Института когнитивных и поведенческих наук Университета штата Орегон (США)



**Университетский
консорциум
исследователей
больших данных**

www.opendata.university



Прикладная аналитика в рамках стратегии развития:

Направления исследований коррелирующие с приоритетными направлениями Приоритет 2030/ПСАЛ:

- усилению интеграции вузов в экономику субъектов Российской Федерации;
- улучшению качественного состава обучающихся в вузах, в том числе по привлечению к обучению лиц, проявивших выдающиеся способности;
- взаимодействию с выпускниками вуза, включая содействие их трудоустройству;
- реализации социально-ориентированных инициатив, направленных на развитие региона, как территории привлекательной для жизни, учебы и работы.



Так почему же УВО?

- Люди;
- Выход из зоны комфорта;
- Нестандартные решения;
- Ведущие практики;
- Кооперация;
- Академическая среда;
- Аналитическая работа;
- Друзья.

Спасибо!

ioe.hse.ru
ioestudy@hse.ru



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Facebook: Niyaz Gabdrakhmanov

Phone.: +7 (904) 662-60-25

E-mail: ngabdrahmanov@hse.ru



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



Москва, 2021