



РОССИЙСКИЙ СОВЕТ  
ПО МЕЖДУНАРОДНЫМ ДЕЛАМ

## Электронная интернационализация: англоязычные интернет-ресурсы российских университетов (2022 г.)

23 сентября 2022 г., УрФУ

Открываем окно в глобальный мир!



РОССИЙСКИЙ СОВЕТ  
ПО МЕЖДУНАРОДНЫМ ДЕЛАМ

[www.russiancouncil.ru](http://www.russiancouncil.ru)

# Общая динамика развития в 2022 г.

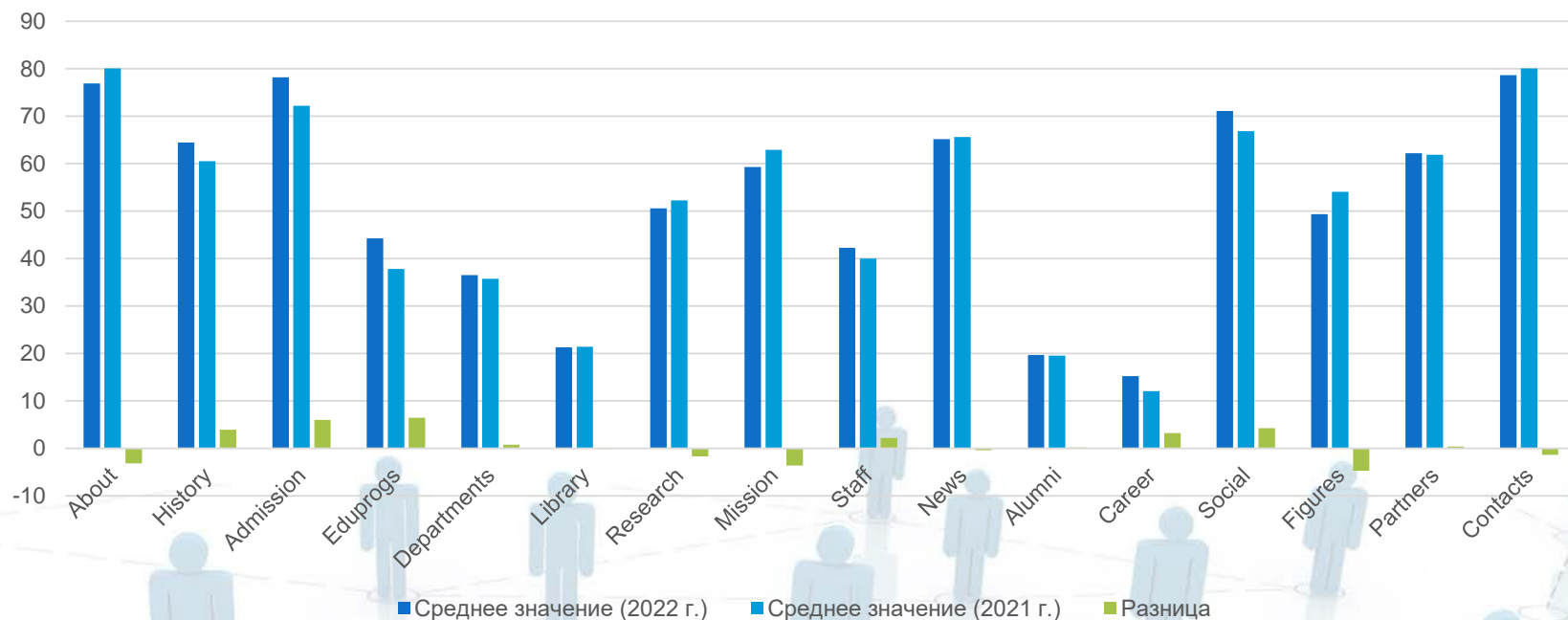
- Наблюдается общий тренд на улучшение показателей большого количества вузов (60,29% от общего числа в 2022 г. против 58,2% 2021 г.);
- Потенциал развития остается нереализованным: всего 14,7% интернет-порталов заполнены более чем на 67%. 66,17 % университетских сайтов заполнены на 34-66 % и 19,13 % заполнены менее чем на 33 %;
- В англоязычных версиях сайтов лучше заполнены «статичные разделы», которые имеют постоянную неизменяемую информацию и не требуют серьезной работы с отдельными подразделениями университетов;
- Наименее заполненными традиционно остаются такие разделы как: «Карьера», «Выпускники», «Библиотека».

## Группа «Лидеры»

- Англоязычные интернет-порталы первой группы заполнены более чем на 75%;
- Более чем на 85% заполнены следующие разделы: «Об университете», «Контакты», «Миссия и стратегические цели», «Основные показатели», «Новости», «Поступление»;
- Значительное развитие в данной группе получили разделы «Карьера» (48,57%) и «Библиотека» (60%);
- В то же время потенциал разделов «Выпускники» и «Карьера» остается нереализованным;
- В целом университеты первой группы продемонстрировали **продолжающуюся положительную динамику**. Среднее значение индекса электронной интернационализации в 2022 г. составило 75,37 % (против 74,65 % в 2021 г.).

## Группа «Догоняющие»

*Степень заполнения отдельных элементов разделов сайта российскими университетами из второй группы в 2021 и 2022 гг.*



Во вторую группу вошли 45 университетов, которые набрали от 37 до 72 баллов. Основной тенденцией развития второй группы в 2022 г. стал небольшой разрыв между университетами и узкий диапазон набранных баллов.

## Группа «Догоняющие»

- В 2022 г. 28 из 45 вузов (62,2 %) улучшили свои англоязычные интернет-порталы. Отрицательную динамику (потеряли не более 4 баллов) продемонстрировали сайты 9 вузов (20 %), без изменений в баллах остались сайты 8 вузов (17,8 %);
- У университетов второй группы интернет-порталы заполнены в среднем на 50,3 % (против 49,5 % в 2021 г.);
- Более чем на 70 % заполнены следующие разделы: «Контакты» (78,66 %), «Поступление» (78,2 %), «Об университете» (76,8 %);
- В наименьшей степени (менее чем на 40 %) у университетов «догоняющей» группы развиты следующие разделы: «Подразделения и факультеты» (36,5 %), «Библиотека» (21,2 %), «Выпускники» (19,6 %), «Карьера» (15,23 %).

## Группа «Отстающие»

- Степень заполненности сайтов университетов третьей группы в 2022 г. составила 17,66 % (против 20,4 % в 2021 г.);
- Больше всего вузы уделяют внимание таким разделам как «Контакты» (40 %), «Об университете» (40 %), «Поступление» (32,3 %), «Партнеры» (26,9 %). В наименьшей степени заполненными остаются «Библиотека» (6,5 %), «Миссия университета» (5,1 %), «Выпускники» и «Карьера» (по 1,09 % каждый);
- По блокам «Основные показатели» (12,3 % против 24 % в 2021 г.) и «Миссия университета» (5,12 % против 15,5 % в 2021 г.) работа университетов стала вестись менее активно;
- В данной группе университетов остаются вузы, у которых отсутствуют англоязычные версии сайтов.

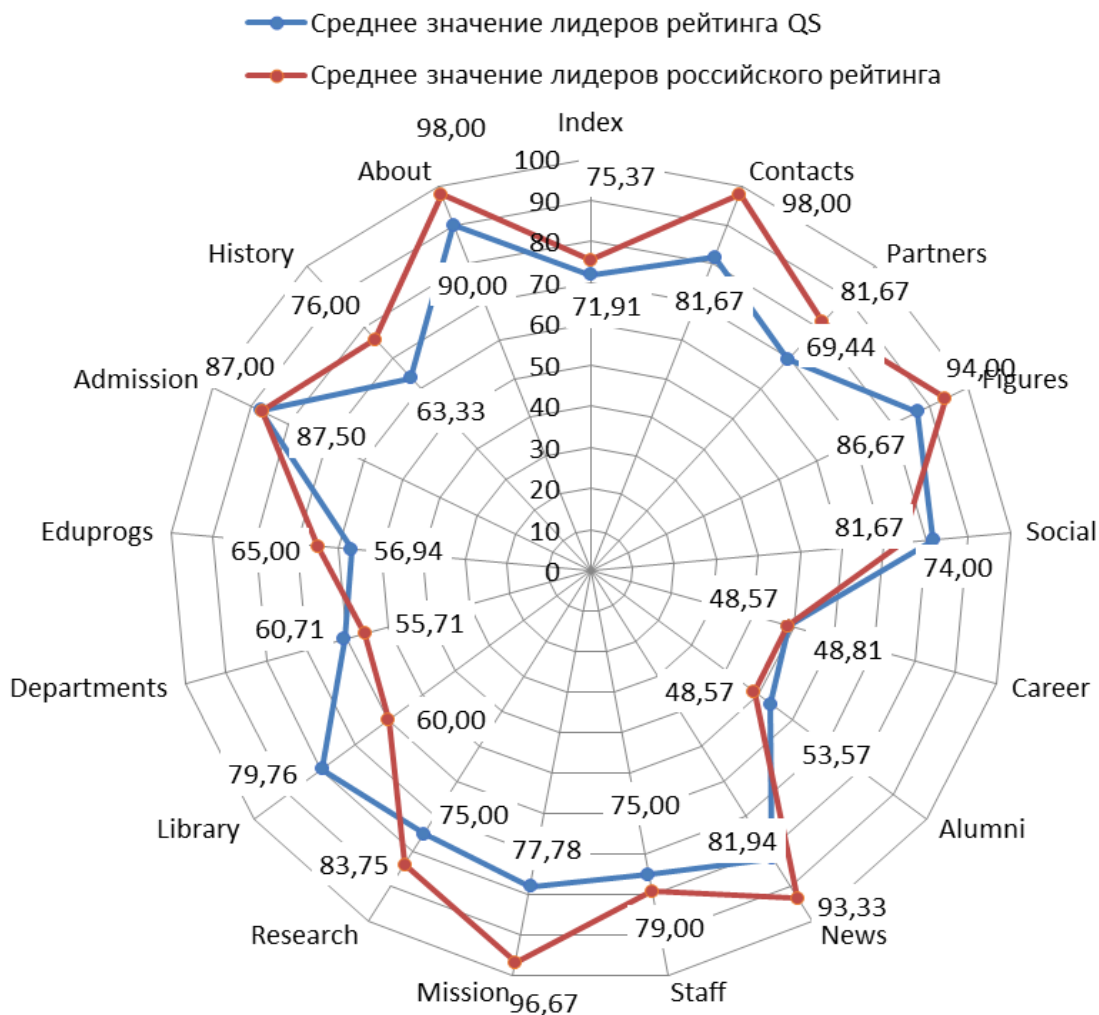
# Российские университеты из группы «Лидеров» в сравнении с университетами первой сотни рейтинга



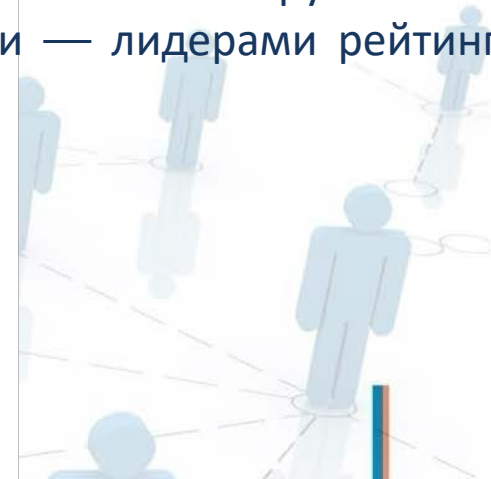
РОССИЙСКИЙ СОВЕТ  
ПО МЕЖДУНАРОДНЫМ ДЕЛАМ

www.russiancouncil.ru

QS



Степень заполнения отдельных разделов сайта лидерами рейтинга и зарубежными вузами — лидерами рейтинга QS.



# Российские университеты из группы «Лидеров» в сравнении с университетами первой сотни рейтинга QS



РОССИЙСКИЙ СОВЕТ  
ПО МЕЖДУНАРОДНЫМ ДЕЛАМ

[www.russiancouncil.ru](http://www.russiancouncil.ru)

- Около 50 % зарубежных университетов обладают англоязычными ресурсами, заполненными более чем на 75 %. Сайты 4 вузов заполнены более чем на 63 % и лишь 16,6 % вузов (2 от общего числа анализируемых) — менее чем на 47 %;
- Лидеры российского рейтинга опережают зарубежные вузы как по индексу электронной интернационализации в целом (75,37 % против 71,91 %), так и по степени заполнения отдельных блоков в частности;
- Минимальный отрыв между российскими вузами и зарубежными наблюдается в таких разделах как «Поступление», «Карьера»;
- Преимущество у университетов — лидеров рейтинга QS наблюдается в следующих разделах: «Подразделения и факультеты», «Библиотека», «Выпускники», «Социальная жизнь».

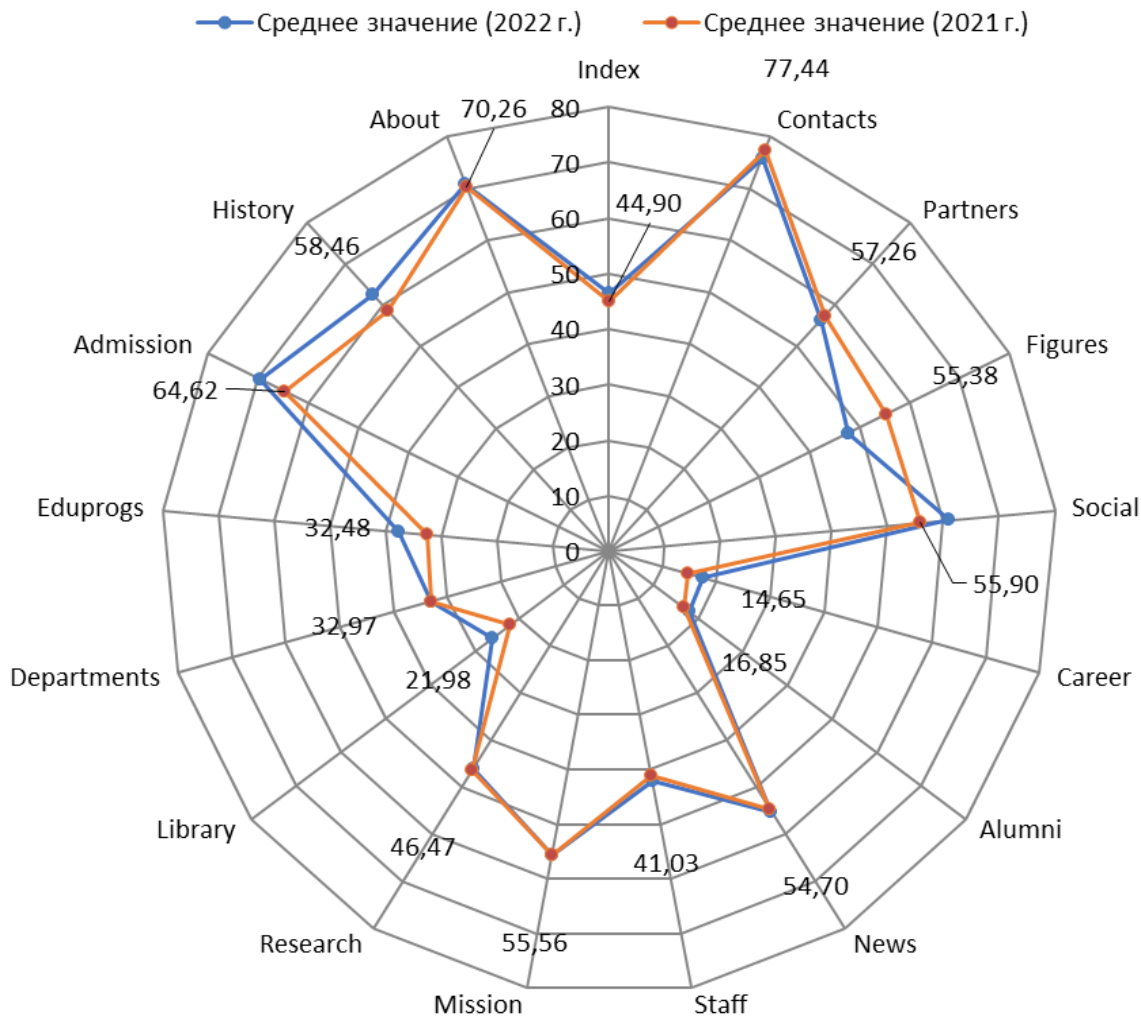




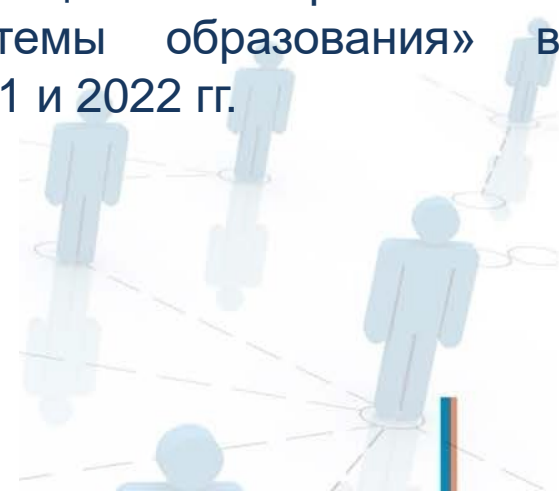
РОССИЙСКИЙ СОВЕТ  
ПО МЕЖДУНАРОДНЫМ ДЕЛАМ

www.russiancouncil.ru

# Вузы-участники проекта «Экспорт образования»



Степень заполнения отдельных разделов сайта университетами приоритетного проекта «Развитие экспортного потенциала российской системы образования» в 2021 и 2022 гг.





РОССИЙСКИЙ СОВЕТ  
ПО МЕЖДУНАРОДНЫМ ДЕЛАМ

[www.russiancouncil.ru](http://www.russiancouncil.ru)

# Вузы-участники проекта «Экспорт образования»

- Всего у 17,94 % вузов проекта «Экспорт образования» англоязычные интернет-порталы заполнены более чем на 67 %;
- По-прежнему в минимальной степени остаются заполненными разделы, которые в большей степени связаны с продвижением образовательных программ на международный рынок, — «Карьера» (17,58 %), «Выпускники» (17,95 %), «Библиотека» (26,01 %), «Подразделения и факультеты» (32,97 %) и «Образовательные программы» (37,61 %);
- Остаются университеты, которые до сих пор не обладают англоязычными интернет-порталами, что влияет на статистику проекта в целом. 23,07 % вузов от общего числа имеют низкий индекс электронной интернационализации и заполнены менее чем на 25 %;
- Общий индекс электронной интернационализации университетов-участников «Экспорта образования» в 2022 г. вырос на 1,61 % и составил 46,51 %, что позволяет судить о положительной динамике развития данной группы университетов.



РОССИЙСКИЙ СОВЕТ  
ПО МЕЖДУНАРОДНЫМ ДЕЛАМ

[www.russiancouncil.ru](http://www.russiancouncil.ru)

# Рекомендации по развитию англоязычных сайтов

- Лидерам рейтинга следует сконцентрироваться на содержательном наполнении следующих блоков: «Карьера», «Выпускники». Потенциал данных разделов реализован менее чем на 48,57 %;
- «Догоняющей» группе университетов следует сосредоточиться на следующих разделах: «Подразделения и факультеты», «Библиотека», «Выпускники», «Карьера», «Образовательные программы»;
- Российским университетам из третьей группы необходимо провести комплексную работу по улучшению всех разделов англоязычного сайта университета;
- Всем вузам рекомендуется проработать блок «История» и «Общие показатели»;
- Каждому университету необходима детальная сегментация зарубежных аудиторий и ориентация ключевых разделов сайта на целевые аудитории;
- Добавить карту сайта, размещать анонсы мероприятий, провести стилистическую обработку разделов англоязычного портала.

# Контент-анализ главных страниц англоязычных сайтов университетов

- **Цель исследования** - определить, какой контент российские университеты размещают на главных страницах своих сайтов и с какими целевыми аудиториями преимущественно взаимодействуют
- **Субъект исследования** - сайты 65 российских и 12 зарубежных университетов выборки
- **Объект исследования** – главные страницы англоязычных сайтов
- **Предмет исследования** – контент главной страницы англоязычного сайта

# Контент-анализ главных страниц англоязычных сайтов университетов

[www.russiancouncil.ru](http://www.russiancouncil.ru)

- Эгоистический маркетинг, акцент на контенте для абитуриента – особенности контент-стратегий англоязычных сайтов российских университетов;
- Российские университеты редко взаимодействуют с пользователями – отсутствуют кнопки призыва к действию, формы подписки и т.д.;
- Сайты российских университетов ориентированы преимущественно на абитуриентов программ бакалавриата и магистратуры, а также на иностранных студентов и выпускников. Взаимодействие с *текущими* иностранными студентами осуществляется редко;
- В российской выборке преобладает позиционирование корпоративного и образовательного брендов, в то время как научному и экспертному уделяется недостаточно внимания;
- Для рекрутинга иностранных студентов используется ограниченный набор инструментов продвижения.



РОССИЙСКИЙ СОВЕТ  
ПО МЕЖДУНАРОДНЫМ ДЕЛАМ

[www.russiancouncil.ru](http://www.russiancouncil.ru)

# Рекомендации по усилению главных страниц англоязычных сайтов

- Рекомендуется рассматривать главную страницу англоязычного сайта как лицо корпоративного бренда университета;
- Рекомендуется переосмыслить голос бренда университета и перейти от эгоистического маркетинга к клиентоориентированной коммуникации;
- Рекомендуется изменить *контентную политику* и усилить отражение социальной ответственности на главных страницах сайтов;
- Рекомендуется переосмыслить контентные стратегии англоязычных сайтов в сторону усиления позиционирования научного и экспертного потенциала;
- Рекомендуется расширить спектр целевых аудиторий и активизировать цифровые воздействия с ними.



РОССИЙСКИЙ СОВЕТ  
ПО МЕЖДУНАРОДНЫМ ДЕЛАМ

[www.russiancouncil.ru](http://www.russiancouncil.ru)

**Карпинская Елена**, заместитель  
программного директора РСМД  
[ekarpinskaya@russiancouncil.ru](mailto:ekarpinskaya@russiancouncil.ru)

**Швецова Екатерина**,  
программный ассистент РСМД  
[eshvetsova@russiancouncil.ru](mailto:eshvetsova@russiancouncil.ru)

[www.russiancouncil.ru](http://www.russiancouncil.ru)  
119049, Москва, 4-й Добрынинский  
переулок, дом 8  
Тел.: +7 (495) 225 6283

