

Nemzetközi koordinátori találkozó

Magyar felsőoktatás – európai felsőoktatás
promóciója a nagyvilágban

*Aktuális kihívások a nemzeti irodák
és intézmények szempontjából*

Debrecen, 2018. november 15.

Témafelvetés indoklása

- Globális piac erősödése – válaszok szükségesek
- EU expanzióra törekszik - célországok, eszközök, partnerek
- Magyar felsőoktatás helye a globális versenyben, nemzetközi promóció az EU-s folyamatok tükrében
- TKA (mint nemzeti ügynökség) és FOI-k fokozódó együttműködése (tartalom és eszközök)



A műhelymunkánk célja, hogy megvitassuk...

- A magyar és európai felsőoktatás helyzete, EU-s törekvések a globális verseny tükrében;
- Miképp lehet a közös, nemzeti és FOI szintű promóciós stratégiák és eszközök harmonizációjával a leghatékonyabban részt venni a globális versenyben;
- A magyar FOI-k és a nemzetköziesítésben dolgozó munkatársak szerepe ezekben a folyamatokban, intézményen belüli hatékonyság növelése;



Műhelymunkánk célja, hogy megvitassuk...

- A promóció tartalmi és földrajzi hangsúlyai:
 - ösztöndíjas és fizetős diákok toborzása, SH Program hatása a magyarországi FOI-kba jelentkező diákok megoszlására
 - küldő országok hangsúlyainak eltolódása;
- Stratégiák, eszközök, melyek egyedivé és „eladhatóvá” teszik a FOI-kat;
- Online, offline promóciók hatékonysága, funkciójuk.



Témák

- 1. téma:** Magyar és európai felsőoktatás promóciójának stratégiai kérdései, aktuális kihívások (globális, V4 regionális együttműködések)
- 2. téma:** FOI-k az aktuális promóciós trendek tükrében, FOI-k válaszai az erősödő piac kihívásaira (pl. saját brand építés), a promóció gyakorlati kérdései, koordinátori szerepköri megközelítés (intézményen belüli együttműködések stb.)
- 3. téma:** Nemzeti ügynökségek (pl. TKA) és FOI-k kapcsolata, metszéspontok, aktuális kihívások pl. ösztöndíjas és fizetős diákok toborzása



Mobilitás - hangsúly eltolódások

Külföldi intézménybe beiratkozottak száma globálisan:

1976: 0,8 millió **2016:** több, mint 4 millió

Legmagasabb GDP átlagos éves növekedési ráták:

Kína (+6.0%), Vietnám (+5,4%), India (+5%)

Kettős hatás:

- az oktatási szektor fejlesztése által otthon tartani a diákokat, külföldi részképzés a fókuszban
- nagyobb réteg tudja külföldi tanulmányait finanszírozni

Politika hatásai:

- Brexit, Trump megválasztása
- Migrációs problémák
- Eddig kevésbé központi régiók kerülnek előtérbe: Kanada, Ausztrália

Forrás: www.qs.com



Miért Európa?

1. Careers: Shape your future

By studying here, you will gain the skills, knowledge and experience that employers value. With strong international business, creative and research sectors, Europe is a great place to build your career.

2. World-class education: Reach your full potential

World-leading universities, top facilities and inspirational teaching in Europe, you're at the centre of an international community with a passion for learning. What makes European universities so strong is the emphasis on creativity, innovation and support - helping you to reach your true potential.

3. Languages: Learn in English or another leading global business language

Most countries across Europe offer study programmes in English too. You'll also find programmes taught in other leading global business languages such as Spanish, French, German, Italian, Portuguese, Arabic and more.

Forrás: https://ec.europa.eu/education/study-in-europe_en



Miért Európa?

4. Support and friendship: Feel at home

Europe is a welcoming, friendly place for students from all around the world.

5. Cultural experience: Have a unique adventure

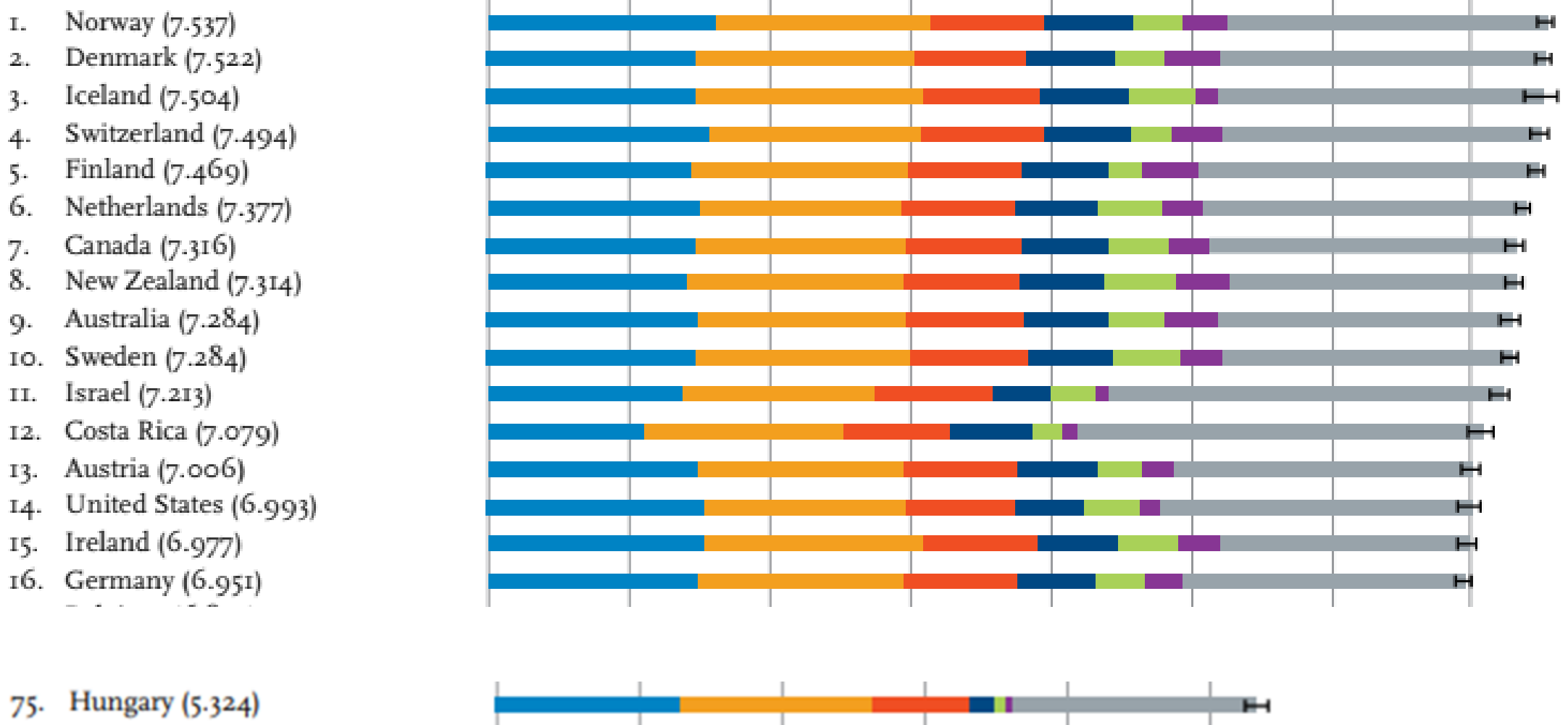
Studying in Europe is also a once-in-a-lifetime chance to discover new countries and to discover yourself too! Across Europe you will find breath-takingly beautiful landscapes, buzzing cities and vibrant cultures waiting for you.

6. Scholarships and costs: Get value for money

European countries invest in their higher education systems to help make education affordable for students, whilst maintaining high quality standards. Across Europe, tuition fees and living costs compare very well to other study destinations. In fact, in some European countries, study programmes are free of charge! There are lots of scholarships and financial support options available too.



Figure 2.2: Ranking of Happiness 2014-2016 (Part 1)



Forrás: <https://s3.amazonaws.com/happiness-report/2017/HR17-Ch2.pdf>



Miért Európa?

7. Diversity: Study the way you want

The beauty of Europe is that it offers so much choice. With world-class universities, higher education institutions and research institutes, offering 100,000s of Bachelor's Degree, Master's Degree and PhD/Doctoral programmes, plus short-term study opportunities, you can choose the experience that suits you.

8. Pioneering research: Be the best

Are you an ambitious researcher looking to boost your career? Europe offers you great opportunities. There were 1.58 million full time equivalent researchers in the EU-27 in 2009. Over the next decade, the European Union is actively looking to attract an additional 1 million researchers! Find out more about research jobs, funding and opportunities in Europe.



Miért Magyarország?



**5 REASONS
TO STUDY IN HUNGARY**

- > **High quality education**
- > **Globally recognised European degrees**
- > **Great value for money**
- > **Central location and great travel opportunities in Europe**
- > **Vibrant youth life and cultural scene**

**STUDY IN
HUNGARY**



Study in Europe projekt

- Az Európai Bizottság indította 2015-ben, 2018-ban megújítva;
- 33 európai ország részese: EU-s tagállamok és Erasmus+ országok;
- Cél: az európai felsőoktatás népszerűsítése világszerte, a kontinensen tanuló nemzetközi diákok számának növelése;
- Törekvések: az európai felsőoktatási kínálat bemutatása (pl. tanulmányi programokat, ösztöndíj és kutatási lehetőségek), az európai felsőoktatási szervezetek kapcsolatainak fejlesztése;
- Konzorcium: Campus France, ACA, Archimedes Foundation, DAAD, British Council, Nuffic.



Study in Europe projekt

Tevékenységek:

- vásárok (valós és virtuális)
- saját portál, a részt vevő európai országok számára saját aloldallal
- Facebook kampányok, webináriumok, videó és fotó pályázatok stb.
- szakmai háttér anyagok (pl. brossúrák, jelentések).

A SiE projekt 2015 óta:

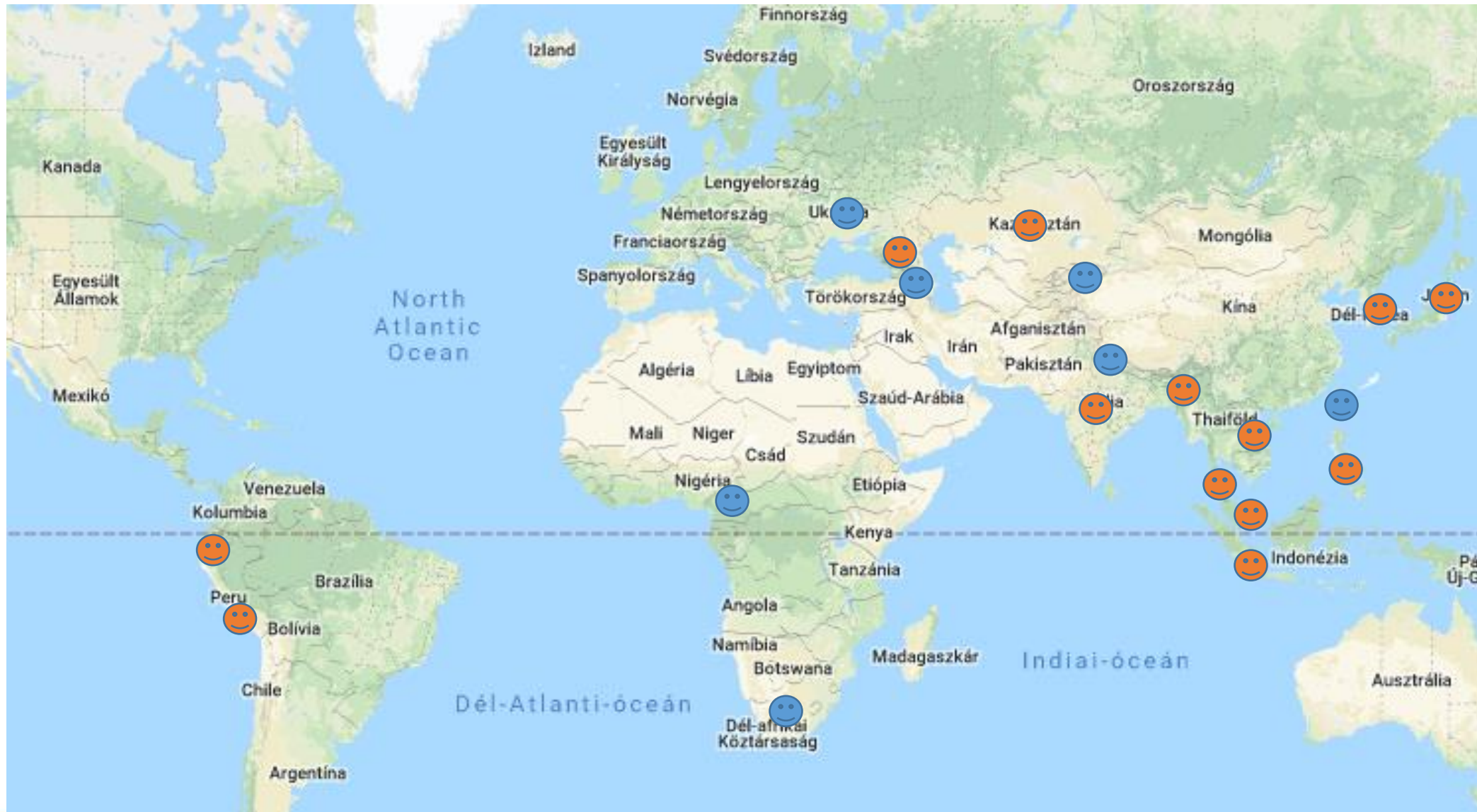
- vásárok: 26 országból több, mint 400 kiállító és közel 24000 látogató
- portál: 13,5 ezer látogató/hó
- versenyek, kampányok, riportok stb.



EU-s vásárok a nagyvilágban 2018 / SiH jelenlét



- Japán
- Dél-Korea
- Szingapúr
- Vietnám
- Indonézia
- Fülöp-szigetek
- Malajzia
- India
- Mianmar
- Kazahsztán
- Azerbajdzsán
- Peru



Célországok és tervezés

- Kihaszni a komoly mobilitási potenciállal rendelkező országok nyújtotta lehetőségeket;
- Azon országok, ahol csak korlátozott az emberek információhoz jutási lehetősége;
- Csak biztonságos országok;
- Az Európai Bizottság és SiE promóciós tevékenységek nagyobb szinergiája, összehangoltabb EU-s szintű tervezés;



Kihívások

- Hogyan lehet az össz európai üzeneteket, stratégiát a tagállami elképzelésekkel összhangba hozni?
- Bevándorlással kapcsolatos kérdések kezelése (munkavállalás, vízum stb.) ;
- Globális szintű versenyben a versenytársak üzenete, hogy Európa nem biztonságos. Tévhitek eloszlatása;
- Európai FOI-k rankingje: ajánlott az EU-támogatott multidimenziós “U-Multirank” szolgáltatás használata:
https://ec.europa.eu/education/initiatives/u-multirank_en



Feladatok

- EU és a tagországok promóciós tevékenységei közötti nagyobb szinergia megteremtése, összehangoltabb EU-s szintű tervezés, globális trendek nyomon követése;
- Nagyobb odafigyelés a vásárokkal kapcsolatos minőségi elvárásokra, webináriumok növekvő szerepet kapnak, follow-up tevékenység erősítése;
- Nagyobb fókuszt a célközönségre és célországokra, ennek megfelelően kulcsüzenetek (minőség, innováció, költség hatékonyság stb.) frissítése, prioritások meghatározása célrégiónként;



Feladatok

- Modern trendeket követő, összehangoltabb tevékenységek megvalósítása, kihasználva a már létező platformokat (pl. Twitter, Facebook bevonása);
- A tagországokban jól működő jó gyakorlatok feltérképezése, új technikák (pl. Web2Present, YouTube videók, 3D-s szemüveg), jól működő hálózatok (pl. E+, SiH alumni, influenszerek) bevonása.



Regionális együttműködések Közép-Európa

Célok és lehetőségek

- *Szakmai és promóciós együttműködések, közös fellépés - erősebb megmutatkozás globális szinten*
- *Hasonló fókuszok, erősségek és problémák a felsőoktatásban*
 - *Erősségek közös kihasználása*
 - *Akadályok azonosítása, közös fellépés a megoldások felé (pl. kreditelfogadás, hallgatói kiutazási kedv növelése)*
- *FOI-k bekapcsolódási lehetőségei*
 - *Meglévő együttműködések átgondolása*
 - *Tevékenységek, partneri lehetőségek azonosítása*



Regionális együttműködések Közép-Európa

Eddigi kezdeményezések cseh és lengyel nemzeti irodákkal

- *Szakmai együttműködés*
 - *IQA-projekt – cseh iroda*
 - *FO konferencián közös előadás (EAIE 2018, APAIE 2019)*
 - *Munkacsoport a nemzetközi megjelenések összehangolására (ACA)*
- *Promóciós együttműködés*
 - *Intézményi fókuszú kiállításokon kiemelt országok (EAIE 2018)*
 - *Közös standjáték – promóció összehangolása*
 - *Közös fogadás (EAIE 2014, EAIE 2018)*



Nemzetközi kommunikáció

Intézményi brand:

- *Üzenet: misszió, hitvallás, tény*
- *Nemzetközileg, országosan, regionálisan és intézményi- intézeti szinten*
- *Egyedi, hiteles, átütő*

Intézményi brand fontossága:

- *Fenntarthatóság*
- *Megkülönböztetés*
- *Tájékoztatás*
- *Toborzás*



Piackutatás és Jó példák

BROCK UNIVERSTIY

- *Kommunikációs stratégia: láthatóság „bárhol bármikor”*
 - *Weboldal, e-mail, student information system, nyomtatott anyagok*
 - *Social media: Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Youtube*
- *„Service-oriented” egyetem*
- *Brock-applikáció:*
 - *Brock Safety, Brock Sports, Brock Wayfinding*

Folyamat:

Márka → Stratégia!!! → Megvalósítás



TKA kommunikációs feladata, szerepe:

Hazai felsőoktatás és felsőoktatási intézmények népszerűsítése nemzetközileg

Online és offline kommunikációs eszközök, felületek, kampányok



Offline / nyomtatott kiadványok:

- Tartalmilag mély és érdekes egyszerre
 - Leporelló
 - Brosúra
 - Rollup
 - Molinó
 - Szervezeti névjegykártya
- Eltérő fókusz (célcsoport, célország, formátum stb.) de legfrissebb információ szükséges hozzá



Nemzetközi promóció: vásárok, kiállítások

Hogyan népszerűsítsük magunkat?

Hallgatótoborzó felsőoktatási vásár

- Miért pont itt tanuljon a világ összes intézménye közül?

Intézményi kiállítás

- Miért pont az én partnerem legyen a világ összes intézménye közül?

„Elevator pitch”



Online kommunikáció:

- Nemzetközi trendek követése
- Célcsoport monitorozása

Weboldal: blog, Study Finder

pályázati időszakban: havi 210.000 látogató

havi átlagos látogatószám: 60.000

Facebook: 37.000 követő

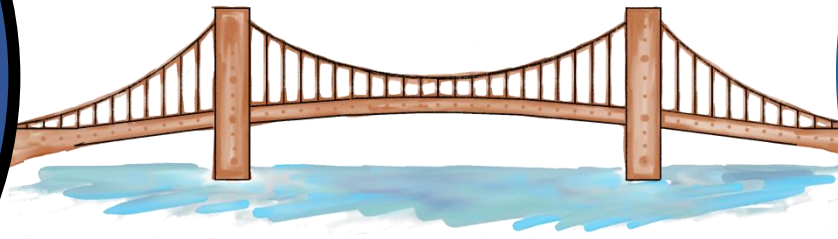
Hírlevél: 7200 feliratkozó



Magyar
felsőoktatás

Felsőoktatási
intézmények

Tempus Közalapítvány



Köszönjük a figyelmet!

Gergely Zita

zita.gergely@tpf.hu

Magyar Noémi

noemi.magyar@tpf.hu

Simon Ágnes

agnes.simon@tpf.hu

