

УДК 378.147+004.5

## ЦИФРОВОЙ ТЬЮТОР: ПРОДВИЖЕНИЕ ТЬЮТОРСКОЙ СЛУЖБЫ НА ПРИМЕРЕ ИОН

Абросимова Ольга Валерьевна, студент 4 курса группы РиСО 118, кафедра интегрированных коммуникаций Института общественных наук ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ»

### Аннотация

*С 2012 года в ИОН РАНХиГС действует тьюторская служба. Целью работы является повышение узнаваемости тьюторской службы ИОН РАНХиГС на основе современных интернет-технологий. Поскольку формат тьюторской помощи позволяет посмотреть на свою специальность с другой стороны и найти в ней скрытые точки потенциального интереса, полагаем, что продвижение тьюторской службы РАНХиГС в рамках самого ВУЗа и увеличение количества обращений студентов позволит не только увеличить степень удовлетворенности студентами своей специальностью, но также повысить качество образовательных программ самого ВУЗа за счет увеличения вовлеченности студентов в процесс обучения.*

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: тьютор, тьюторская служба, высшее образование, качество образования.

## DIGITAL TUTOR: PROMOTION OF TUTOR SERVICE ON THE EXAMPLE OF THE INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES

Abrosimova Olga Valerievna, 4th year student of the RiSO 118 group, Department of Integrated Communications of the Institute of Social Sciences of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation

### Abstract

*Since 2012, a tutor service has been operating at ISS of RANEPA. The aim of the work is to increase the recognition of the tutor service of the ISS of RANEPA based on modern Internet technologies. Since the format of tutor assistance allows you to look at your specialty from a different angle and find hidden points of potential interest in it, we believe that the promotion of the RANEPA tutor service within the university itself and an increase in the number of student applications will not only increase the degree of student satisfaction with their specialty, but also increase the quality of the educational programs of the university itself by increasing the involvement of students in the learning process.*

KEYWORDS: tutor, tutor service, higher education, quality of education.

### Актуальность проекта

По данным исследования компании Changellenge за 2018 год степень удовлетворенности студентами обучением снижается после 1 курса и затем продолжает падать. В российском образовании по данным Высшей школы экономики отчисление студентов остается центральной проблемой образования<sup>1</sup>. При этом многие университеты открыто заявляют о задаче сохранить максимально возможное число студентов до завершения образовательных программ. Для достижения поставленной цели, используя зарубежный опыт вузов, особое внимание уделяется мерам по удержанию студентов, а именно: содействие

<sup>1</sup> И.А. Груздев, Е.В. Горбунова, И.Д. Фрумин «Студенческий отсев в российских вузах» [https://vo.hse.ru/data/2014/02/11/1327559876/VO%202\\_13%20Gruzdev.pdf](https://vo.hse.ru/data/2014/02/11/1327559876/VO%202_13%20Gruzdev.pdf)

университетской социализации, организация адаптационных курсов, что формирует систему тьюторства.

С 2012 года в ИОН РАНХиГС действует тьюторская служба, накоплен положительный опыт и разработаны тьюторские технологии. Однако, по мнению автора проекта, многие обучающиеся не проинформированы о деятельности тьюторской службы, что снижает эффективность обучения и ставит вопрос эффективности. Нам кажется важным увеличить степень удовлетворенности получаемым образованием, поскольку уровень мотивации и заинтересованности в учебных практиках связан с качеством образования в ВУЗе<sup>2</sup>.

Поскольку формат тьюторской помощи позволяет посмотреть на свою специальность с другой стороны и найти в ней скрытые точки потенциального интереса, полагаем, что продвижение тьюторской службы РАНХиГС в рамках самого ВУЗа и увеличение количества обращений студентов позволит не только увеличить степень удовлетворенности студентами своей специальностью, но также повысить качество образовательных программ самого ВУЗа за счет увеличения вовлеченности студентов в процесс обучения.

На основе вышесказанного сформулирована тема проекта «Продвижение...».

### **Концепция проекта**

Целью проекта является повышение узнаваемости тьюторской службы ИОН РАНХиГС на основе современных интернет-технологий.

Целевая аудитория проекта: обучающиеся 1 – 4 курсов академии РАНХиГС, абитуриенты, а также студенты 1 курса магистратуры.

Главной идеей проекта является эффективное применение информационных технологий и технологий интернет-маркетинга для развития тьюторской службы ИОН, а также преобразование пустой информации в социальных сетях в нужную и наполненную содержанием для развития и хорошей учебы студентов

Ожидаемым результатом от осуществления проекта является повышение потока студентов, вовлеченных в деятельность службы.

Инструментами достижения цели могут служить (табл. 1).

Применение современных технологий интернет-маркетинга «Цифровой тьютор», включая:

- Официальный телеграмм канал «Цифровой тьютор» и бот в мессенджере «Telegram»

---

<sup>2</sup> <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-urovnya-i-struktury-motivatsii-k-uchebe-studentov-bakalavriata-kak-pokazateley-kachestva-obrazovaniya/viewer>.

- Видео-ролик с образом «Цифрового тьютора»
- Продвижение в социальных сетях
- Продвижение в Tik Tok
- Активная группа и служба поддержки в социальной сети «Вконтакте»

Таблица 1. Анализ инструментов интернет-маркетинга

№ п/п	Наименование инструмента	Описание	Обоснование
1.	Телеграмм канал «Цифровой тьютор» и бот в мессенджере «Telegram»	С помощью телеграмм канала студенты ИОН смогут оперативно получать необходимую информацию и связываться с отделом по существующим вопросам.	Согласно исследованиям «Telegram Analytics» <sup>3</sup> на 2021 год среди городов, в которых проживают пользователи, доминируют Москва и Санкт-Петербург (36% и 13%). Поскольку студенты ИОН, как правило, жители Москвы и Московской области мессенджер «Telegram» является хорошей площадкой для реализации поставленных задач. Более того, исследование показало, что данный мессенджер является наиболее популярным среди молодежи и в следующих возрастных группах 25–34 (38%) и 18–24 (27%), являющимися потенциальной целевой аудиторией.
2.	Видео-ролик с образом «Цифрового тьютора» для официального сайта и промотирования внутри академии	С помощью креативного и информативного видео - ролика с использованием выдуманного образа «Цифрового тьютора», который будет распространен в интернете, социальных сетях и внутри академии, студенты ИОН смогут простым языком узнать больше о тьюторском сопровождении, понять пользу данного отдела и узнать о новых возможностях внутри академии.	Исследовательская компания Mediascope рассказала о нарастающих тенденциях потребления видео в интернете и социальных сетях <sup>4</sup> . Исходя из исследований выяснилось, что видео в интернете так или иначе смотрит половина населения российских городов. Зрители от 18 до 44 лет более склонны смотреть видео с планшетов и телефонов, нежели получать информацию с письменных носителей. Таким образом, можно сделать вывод, что студенты ИОН эффективнее воспримут визуальную информацию.
3.	Продвижение в социальных сетях и официальный аккаунт «Цифрового тьютора»	Создание официального аккаунта тьюторской службы «Цифровой тьютор» в социальных сетях поможет студентам узнавать новости и полезную информацию, необходимую для развития и хорошей учебы в академии. Сохраненные истории с часто задаваемыми вопросами помогут быстро найти ответ на нужный вопрос без траты своего времени. В публикациях и памятках, представленных в	Исходя из работы «Социальные сети как средство коммуникации в образовательной среде» профессор кафедры теории и социологии РАНХиГС управления Коха Иван Адамовича становится ясно, что социальные сети становятся эффективным средством для решения экономических, политических и социальных

<sup>3</sup> «Исследование аудитории Telegram» <https://tgstat.ru/research-2021>.

<sup>4</sup> «Исследование Mediascope: как россияне смотрят онлайн-видео» <https://adindex.ru/news/researches/2017/03/16/158635.phtml>

№ п/п	Наименование инструмента	Описание	Обоснование
		виде понятных рисунков и схем, студент сможет в простой форме больше узнать о необходимой для его развития информации.	задач. Включенность современной молодежи в данные сети предполагает, что они имеют возможность и способность создавать положительные эффект от присутствия в глобальной сети. Социальные сети создают предпосылки для открытого и непринужденного общения между структурами университета, что, в частности, может выразиться во взаимодействии. Сеть в целом обеспечивает формирование положительных социальных связей.
4.	Продвижение в Tik Tok и официальный аккаунт «Цифрового тьютора»	Создание официального аккаунта тьюторской службы «Цифровой тьютор» в Tik Tok поможет студентам аналогично в случае с социальными сетями узнавать новости и полезную информацию, необходимую для развития и хорошей учебы в академии. Такая площадка как Tik Tok поможет студентам в развлекательной форме узнать новое и обратиться в данную службу за помощью. Несмотря на простую форму подачи контента студенту, он сможет изъять всю необходимую информацию.	Доля тех, кто использует социальные сети как основной источник информации, не изменилась с 2020 года (41%). Наиболее активно молодежь использует социальные сети для получения информации, она демонстрирует наибольший рост: с 65 до 72% в возрастной группе 18–24 года по сравнению с 2020 годом <sup>5</sup> . В частности, такую информационную площадку как Tik Tok. «Левада-центр» провела исследование российских социальных сетей, по результатам которого Tik Tok стал четвертым по популярности в России и среди молодежи 18-24 года <sup>6</sup> .
5.	Активная группа и служба поддержки в социальной сети «Вконтакте».	Наличие группы в социальной сети «Вконтакте» обеспечит узнаваемость группы «Цифровой тьютор» за счет привлечения аудитории через смежные официальные аккаунты внутри академии, такие как «Институт общественных наук», «Liberal Arts» и др.	Исходя из исследования «Левада - центр» самой популярной соцсетью в России по-прежнему остается «ВКонтакте» — ее используют 42% опрошенных. Большая часть студентов ИОН РАНХиГС уже взаимодействует с другими академическими группами в данной социальной сети, что удобно и обеспечит доверие и к группе «Цифрового тьютора».

Образом результата проекта является информационное поле работы тьюторской службы (табл. 2).

<sup>5</sup> Исследование: самой быстрорастущей соцсетью в России стал TikTok [https://www.znak.com/2021-08-05/issledovanie\\_samoy\\_bystrorastuchey\\_socsetyu\\_v\\_rossii\\_stal\\_tiktok](https://www.znak.com/2021-08-05/issledovanie_samoy_bystrorastuchey_socsetyu_v_rossii_stal_tiktok)

<sup>6</sup> «Левада-центр»: TikTok стал популярнее Facebook в России <https://vc.ru/social/212455-levada-centr-tiktok-stal-populyarnee-facebook-v-rossii-auditoriya-servisa-vyrosla-v-sem-raz-za-dva-goda>

Таблица 2. Описание образа результата проекта

№ п/п	Наименование индикатора результата	Инструмент достижения результата	Значение до реализации проекта	Значение после реализации проекта
1.	Количество обращений	Телеграмм канал «Цифровой тьютор» и бот в мессенджере «Telegram»	Нет	100 обращений в месяц
2.	Количество просмотров и показов внутри академии и в социальных сетях	Видео-ролик с образом «Цифрового тьютора» для официального сайта и промотирования внутри академии	21 просмотр <sup>7</sup>	10000 просмотров
3.	Количество подписчиков, количество лайков под публикацией, Количество запросов в Direct	Продвижение в социальных сетях и официальный аккаунт «Цифрового тьютора»	253 подписчика <sup>8</sup> 15 лайков (Средний охват публикации)	1000 подписчиков 100 лайков (Средний охват публикации)
4.	Количество подписчиков, количество лайков под видео	Продвижение в Tik Tok и официальный аккаунт «Цифрового тьютора»	Нет	1000 подписчиков 100 лайков (Средний охват видео)
5.	Количество подписчиков и лайков, количество обращений	Активная группа и служба поддержки в Вконтакте	Нет	1000 подписчиков 100 лайков (Средний охват публикации) 10 обращений в день

Сформулировав формализованный образ цели можно достоверно утверждать соответствие цели проекта SMART тесту.

### Анализ прототипов и аналогов проекта

На данный момент в России нет полных аналогов тьюторской службе РАНХиГС, хотя и встречаются частично повторяющие ее модели. Следует отметить форматы, в которых работает служба, чтобы далее провести сравнительный анализ. Сейчас в академии существует карьерный тьюторинг, тьюторинг первокурсников, мейджор тьюторинг и академический тьюторинг.

В КНИТУ есть обычный тьютор, однако его обязанности не определены конкретно<sup>9</sup>. То есть четкого разделения, по каким вопросам к ним можно обратиться, нет. В ВШЭ также существует отдел тьюторства<sup>10</sup>. И хотя в нем определены задачи, которые может потенциально помочь решить тьютор, в нем нет разделения на форматы, как в РАНХиГС. В АГУ и иных региональных вузах существует только пир-тьюторинг<sup>11</sup>. Таким образом,

<sup>7</sup> (Исходя из видео ролика, размещенного на официальном сайте ИОН на 05.09.2021)

<sup>8</sup> (Исходя из официального аккаунта тьюторской службы ИОН на 05.09.2021)

<sup>9</sup> [http://www.kstu.ru/article.jsp?id\\_e=29326&id=1440](http://www.kstu.ru/article.jsp?id_e=29326&id=1440)

<sup>10</sup> [https://www.hse.ru/deprog/Department3\\_03\\_21](https://www.hse.ru/deprog/Department3_03_21)

<sup>11</sup> [https://www.asu.ru/university\\_life/students/welcome/b1e69b/](https://www.asu.ru/university_life/students/welcome/b1e69b/)

абсолютного форматного соответствия выявлено не было. В связи с недостатком аналогов тьюторских служб на российском рынке образования обратимся к опыту зарубежных академических организаций в таблице.

Приведем подробный анализ раздела тьюторской службы на официальном сайте ИОН РАНХиГС (табл. 3).

Таблица 3. Анализ тьюторской службы ИОН

№ п/п	Название подраздела	Сильные стороны	Слабые стороны
1.	Раздел на официальном сайте ИОН РАНХиГС <sup>12</sup>	Сайт работает быстро, дизайн выполнен в фирменном стиле, текст читаем, есть необходимая информация о самой службе, в частности о том, чем именно может помочь тьютор при обращении	Нет конкретной быстрой помощи, нет ссылок на группы и ссылок на связь вне оффлайн
2.	Официальные аккаунты тьюторской службы в соцсетях	Небольшое число подписчиков и лайков под публикацией, что говорит о низкой вовлеченности и отсутствии постоянной связи тьютор-студент. В аккаунте редко что-то публикуется, что также сказывается на отсутствии интереса к данному ресурсу.	Аккаунт выполнен в приятном дизайне и в одном стиле. Есть полезная информация, однако посты с ней идут по порядку, без разбавления контентом, что отталкивает читателей
3.	Индивидуальная поддержка тьютором	Тьюторская поддержка обязательна на 1 курсе. Это помогает студентам наверняка получить помощь специалистов. Исходя из личного опыта и опыта одногруппников это безусловно помогает адаптироваться в новой среде и не потерять свои истинные интересы. Также, стоит сказать, что большим плюсом, является то, что можно выбрать тьютора в соответствии с определенной целью и курсом обучения. Например, в рамках тьюторского сопровождения есть «Мажор - тьюторы». В то время как помочь по вопросам карьерного роста в академии могут «Карьерные тьюторы», это позволяет связываться с профессионалом именно в соответствии со своим запросом.	После окончания 1 курса, на основе опроса, было выявлено что в большинстве случаев студенты теряют связь с отделом и не знают, о том, как продолжить коммуникацию. Также на потерю связи влияет отсутствие постоянного источника информации в виде социальных сетей, из которого обучающиеся могут брать полезную и нужную информацию в режиме онлайн в любое время, когда это необходимо.

### Анализ ситуации/среды проекта

Анализ среды проекта представлен в следующей таблице.

Таблица 4. Анализ среды проекта

№ п/п	Обстоятельства, затрудняющие реализацию идеи	Комментарии
1.	Особенности территории	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Незаинтересованность в реализации проекта со стороны руководства Института общественных наук.</li> <li>• Отсутствие финансирования проекта как следствие</li> </ul>

<sup>12</sup> <https://ion.ranepa.ru/structure/department/otdel-individualizatsii-obrazovaniya/>

№ п/п	Обстоятельства, затрудняющие реализацию идеи	Комментарии
2.	Инфраструктура вуза	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Невозможность организации регулярной онлайн поддержки</li> <li>• Отсутствие квалифицированных сотрудников тьюторского отдела, способных к эффективному ведению социальных сетей</li> </ul>
3.	Правовые условия работы тьюторов	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Отсутствие необходимого образования и компетенций для предоставления качественного и эффективного тьюторского сопровождения студентов</li> </ul>
4.	Особенности спроса	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Обучение в академии разных социальных групп. В частности, разделение студентов в соответствии социального статуса, возраста, национальности, достатка.</li> </ul>
5.	Конкуренты	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Существование в обществе посторонних предложений, способствующих студентам не проявлять интереса к учебе и личному развитию. В частности, средства массовой информации, визуальная культура (сериалы, кино), досуг и развлечения (кафе, клубы).</li> </ul>
6.	Тенденции	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Повсеместное использование интернет-приложений и отсутствие в них полезной и необходимой для развития информации</li> </ul>

Лицами, заинтересованными в реализации проекта продвижения тьюторской службы среди студентов Института Общественных наук, являются:

Таблица 5. Заинтересованные лица

№ п/п	Заинтересованные лица	В чем они заинтересованы	Степень их значимости для проекта	Направления работы с ними
1.	Абитуриенты	Заинтересованы поддержкой и помощью тьюторской службы на протяжении всего обучения в ВУЗе	Степень значимости проекта определяется выбором в сторону поступления именно в ИОН РАНХиГС	Воздействие на данную целевую аудиторию, путем объяснения плюсов и возможностей при работе с тьюторской службой путем интернет-коммуникаций
2.	Студенты 1 курса	Заинтересованы в помощи и поддержке в связи с поступлением в ВУЗ. В частности, адаптация к новой среде обитания, объяснение функционирования внутренних органов и структур академии, помощь в социализации студента в новой среде	Степень значимости проекта определяется возможностью развития внутри академии и понимания своих возможностей	Воздействие на данную целевую аудиторию, путем применения конкретных навыков тьюторской поддержки и наставничества, используя полный спектр возможностей коммуникаций
3.	Студенты 2 курса	Заинтересованы в дальнейшей тьюторской поддержке в ВУЗе. В частности, изучения личных возможностей, дальнейших целей и возможных путей достижения	Степень значимости проекта определяется продолжением и поддержанием возможности развития студента внутри академии	Воздействие на данную целевую аудиторию, путем применения конкретных навыков тьюторской поддержки и наставничества, используя полный спектр возможностей коммуникаций

№ п/п	Заинтересованные лица	В чем они заинтересованы	Степень их значимости для проекта	Направления работы с ними
4.	Студенты 3 курса	Заинтересованы в дальнейшей тьюторской поддержке в ВУЗе. В частности, изучения личных возможностей, дальнейших целей и возможных путей достижения	Степень значимости проекта определяется продолжением и поддержанием возможностей развития студента внутри академии	Воздействие на данную целевую аудиторию, путем применения конкретных навыков тьюторской поддержки и наставничества, используя полный спектр возможностей коммуникаций
5.	Студенты 4 курса	Заинтересованы в тьюторской поддержке и помощи в виде возможности планирования будущего после окончания бакалавриата и карьеры	Степень значимости проекта определяется возможностями карьерного роста	Воздействие на данную целевую аудиторию, путем применения конкретных навыков тьюторской поддержки и наставничества, используя полный спектр возможностей коммуникаций

### Задачи реализации проекта

Таблица 6. Задачи реализации проекта

№ п/п	Инструмент достижения результата	Задания, которые нужно будет выполнить для реализации проекта	Результат, который нужно получить
1.	Телеграмм канал «Цифровой тьютор» и бот в мессенджере «Telegram»	Создать и продвигать среди студентов	Популярный среди студентов телеграмм - канал с полезной информацией
2.	Видео-ролик с образом «Цифрового тьютора» для официального сайта и промотирования внутри академии	Снять ролик и транслировать его студентам и абитуриентам	Креативный и информационный ролик о возможностях тьюторского сопровождения
3.	Продвижение в социальных сетях и официальный аккаунт «Цифрового тьютора»	Создать охватный официальный аккаунт тьюторской службы	Официальный аккаунт тьюторской службы «Цифровой тьютор», помогающий студентам узнавать новости и полезную информацию
4.	Продвижение в Tik Tok и официальный аккаунт «Цифрового тьютора»	Создать охватный официальный аккаунт тьюторской службы	Официальный аккаунт тьюторской службы «Цифровой тьютор», помогающий студентам узнавать новости и полезную информацию
5.	Активная группа и служба поддержки в Вконтакте	Создать охватную официальную группу тьюторской службы с возможностью связи с отделом	Официальный аккаунт тьюторской службы «Цифровой тьютор», помогающий студентам узнавать новости и полезную информацию

### Структура действий и план реализации проекта

Для реализации проекта по продвижению тьюторского отдела Института Общественных Наук предлагается создать структурный отдел внутри тьюторской службы с распределением четких обязанностей. Автор проекта претендует на роль координатора предполагаемого отдела.

В соответствии с поставленными выше проектными задачами обязанности в отделе распределяются следующим образом:

**Таблица 7. План реализации проекта**

№ п/п	Что необходимо сделать	Ответственные	Сроки	Технологии	Точки и показатели контроля и необходимые ресурсы
	<i>Что?</i>	<i>Кто?</i>	<i>Когда?</i>	<i>Как?</i>	<i>Сколько?</i>
1.	Создать телеграмм канал «Цифровой тьютор»	Менеджер по развитию тьюторской службы № 1	1.10.2021	Изучить особенности работы в данной социальной сети	Ведение отчетности (выполнено/ не выполнено)
2.	Создать в социальных сетях официальный аккаунт «Цифрового тьютора»	Менеджер по развитию тьюторской службы № 2	1.10.2021	Изучить особенности работы в данной социальной сети и применить приобретенные навыки	Ведение отчетности (выполнено/ не выполнено)
3.	Создать видео - ролик с образом «Цифрового тьютора» для официального сайта и промотирования внутри академии	Менеджер по развитию тьюторской службы № 2 + Креативщики (Студенты ИОН последних курсов, проходящие практику в академии на кафедре РиСО) + Монтажер (фриланс)	1.11.2021	Создание сценария ролика + Умение придумывать креативный и полезный контент + Навыки монтажа	Ведение отчетности (выполнено/ не выполнено)
4.	Создание в Tik Tok официального аккаунта «Цифрового тьютора»	Менеджер по развитию тьюторской службы № 1 + Креативщики (Студенты ИОН последних курсов, проходящие практику в академии на кафедре РиСО)	1.11.2021	Умение придумывать креативный и полезный контент + Навыки монтажа	Ведение отчетности (выполнено/ не выполнено)
5.	Создание группы «Цифровой тьютор» и службы поддержки в Вконтакте	Менеджер по развитию тьюторской службы №2	1.10.2021	Изучить особенности работы в данной социальной сети и применить приобретенные навыки	Ведение отчетности (выполнено/ не выполнено)
6.	Создание контент плана	Менеджер по развитию тьюторской службы №1 +	1.10.2021-1.03.2021	Навыки SMM деятельности	Ведение отчетности

№ п/п	Что необходимо сделать	Ответственные	Сроки	Технологии	Точки и показатели контроля и необходимые ресурсы
	<i>Что?</i>	<i>Кто?</i>	<i>Когда?</i>	<i>Как?</i>	<i>Сколько?</i>
		Менеджер по развитию тьюторской службы №2			(выполнено/ не выполнено)
7.	Создание фирменного стиля тьюторской службы, дизайна всех действующих проектов и иллюстраций	Дизайнер	1.10.2021-	Навыки тьюторства и управления проектами	Ведение отчетности (выполнено/ не выполнено)
8.	Копирайтинг текстов тьюторской службы для всех действующих	Копирайтер (Студенты РИСО или Журналистики ИОН последних курсов, проходящие практику в академии на кафедре РИСО)	1.10.2021-1.03.2021	Навыки написания и работы с текстами	Ведение отчетности (выполнено/ не выполнено)
9.	Контроль работы отдела	Координатор проекта (директор)	1.10.2021- - ...	Навыки тьюторства и управления проектами	Ведение отчетности перед руководством академии

### Ресурсы проекта

Таблица 8. Ресурсы проекта

Расходы на момент запуска проекта			
Что должно быть сделано	Расценки на единицу затрат	Количество единиц	Общий объем расходов
Разработка логотипа «Цифрового тьютора»	25 000 р	1	25 000 р
Оплата оборудования для съемок ролика «Цифровой тьютор»	10 000 р	1	10 000 р
Размер ежемесячной заработной платы менеджеру №1	30 000 р	1	30 000 р
Размер ежемесячной заработной платы менеджеру №2	30 000 р	1	30 000 р
Размер ежемесячной заработной платы менеджеру дизайнеру	40000 р	1	40000 р
Разработка идеи ролика «Цифрового тьютора» и продюсирование	0 р	0 р	0 р
			135 000р

Таким образом, на начало реализации проекта необходимо 5 человек и 135 000 рублей на один месяц работ.

### Ожидаемые результаты и эффекты от реализации проекта

Общие результаты продвижения тьюторской службы ИОН РАНХиГС и создания «Цифрового тьютора»:

- Модернизация и запуск нового тьюторского отдела
- Создание необходимых инструментов для эффективного продвижения тьюторской службы
- Повышение узнаваемости тьюторской службы и привлечение студентов

Общие эффекты продвижения тьюторской службы ИОН РАНХиГС и создания «Цифрового тьютора»:

- Повышение качества образования за счет эффективности тьюторской деятельности
- Повышение мотивации студентов к развитию и учебе
- Снижение отсева студентов из академии
- Повышение индивидуальных достижений студентов
- Преобразование пустой информации в социальных сетях в нужную и наполненную содержанием для развития и хорошей учебы студентов

Таблица 9. Детализация результатов и эффектов

№ п/п	Инструмент достижения результата	Результаты	Эффекты
1.	Создание телеграмм канала «Цифровой тьютор»	Благодаря телеграмм каналу студенты ИОН могут оперативно получать необходимую информацию и оперативно связываться с отделом.	Увеличилось число запросов в тьюторскую службу по проблемным вопросам обучения
2.	Создание в социальных сетях официальные аккаунты «Цифрового тьютора»	С помощью видео - ролика, распространенного в интернете, социальных сетях и внутри академии, студенты ИОН узнали о существовании тьюторской службы и о том, что в нее можно обратиться	Студенты стали больше заинтересованы в учебных вопросах и проявляют больше активности и учебных инициатив
3.	Создание видео - ролика с образом «Цифрового тьютора» для официального сайта и промотирования внутри академии	Создание аккаунта позволяет студентам регулярно получать полезную информацию, необходимую для развития	Увеличилось число запросов в тьюторскую службу по проблемным вопросам обучения
4.	Создание в Tik Tok официального аккаунта «Цифрового тьютора»	Аккаунт помог студентам узнать полезную информацию по учебе в простой форме подачи контента	Студенты тратят время в социальных сетях с пользой
5.	Создание группы «Цифровой тьютор» и службы поддержки в Вконтакте	Создание группы позволило студентам быстро связываться по всем вопросам с тьюторским отделом	Повысились достижения студентов в олимпиадах

### Мониторинг и оценка реализации проекта

После запуска проекта по продвижению тьюторской службы ИОН в РАНХиГС необходимо применить следующие действия, позволяющие следить за ходом и успешностью проекта, необходимо применить следующие методы мониторинга и контроля:

- Анкетирование студентов по вопросам работы тьюторского отдела

- Анализ показателей активности аудитории групп «Цифрового тьютора» в социальных сетях

Отдел тьюторской поддержки ИОН РАНХиГС

Описание

Знаете ли вы о существовании тьюторской службы внутри Института Общественных наук? \*

Да

Нет

Был ли у вас опыт работы с тьютором?

Да

Нет

Пользуетесь ли вы сейчас услугами тьютора? \*

Да

Нет

Рис. 1. Пример анкеты

Подписаны ли вы на социальные сети тьюторского отдела "Цифровой тьютор"?

Да

Нет

Если подписаны, то в каких социальных сетях?

VK

Instagram

TikTok

Заметили ли вы изменения в работе тьюторской службы? \*

Да

Нет

Рис. 2. Пример анкеты

- Ежедневная отчетность всех сотрудников отдела перед руководителем в Яндекс.Трекер
- Ежедневная отчетность руководителя перед руководством ИОН

Показателями и индикаторами оценки проекта являются:

- Проанализированные специалистами ответы респондентов
- Проанализированные данные об показателях эффективности продвижения в социальных сетях, таких как:
  1. Количество просмотров
  2. Количество лайков
  3. Охват публикаций
  4. Количество реакций и обратной связи
- Проанализированные данные о количестве сообщений и запросов связанных с тьюторским сопровождением.

#### **Анализ рисков**

На стадии запуска и в течение реализации проекта по продвижению тьюторской службы ИОН можно столкнуться со следующими критическими точками и обстоятельствами, из-за которых проект может быть не реализован в соответствии с намеченным планом:

##### *Внутренние риски:*

- Отсутствие квалифицированного персонала
- Отсутствие мотивации действующего персонала к изменениям и постижению нового
- Незаинтересованность студентов последних курсов, проходящих практику в ИОН, в реализации проекта

##### *Внешние риски:*

- Отсутствие интереса руководства к изменениям
- Невозможность финансирования проекта университетом

##### *Социальные риски:*

- Отсутствие интереса у студентов к кураторству
- Незаинтересованность студентов к социальным сетям «Цифрового тьютора»

##### *Технические риски:*

- Отсутствие необходимого оборудования (телефоны, компьютеры, графические планшеты)

В связи с формулированием вышеупомянутых рисков развития проекта предлагается использовать следующие **методы мониторинга:**

- Регулярная обратная связь сотрудников тьюторского отдела с руководителем отдела
- Регулярная обратная связь руководителя тьюторского отдела с руководством ИОН

- Регулярная обратная связь сотрудников отдела со студентами и анкетирование
- Предоставление университетом возможности получения необходимых для работы навыков (обучение, курсы)

### **Информационное сопровождение проекта**

Коммуникационная стратегия продвижения проекта в соответствии с внутри поставленными задачами выглядит следующим образом:

1. Пиар сопровождение в социальных сетях других отделов Института Общественных наук
2. Публикации в студенческих газетах
3. Наружная реклама в университете (демонстрация образа и логотипа «Цифрового тьютора» на телевизорах, плакатах, листовках)
4. Email-рассылка для всех студентов ИОН
5. Push-уведомления в СДО
6. Оповещение студентов о запуске «Цифрового тьютора» через участников студенческого совета



**Рис. 3. Прототип образа «Цифрового тьютора»**

### **Литература**

1. Груздев И.А. Студенческий отсев в российских вузах: к постановке проблемы. [https://vo.hse.ru/data/2014/02/11/1327559876/VO%20\\_13%20Gruzdev.pdf](https://vo.hse.ru/data/2014/02/11/1327559876/VO%20_13%20Gruzdev.pdf).
2. Антонов В.Г. Оценка уровня и структуры мотивации к учебе студентов бакалавриата. <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-urovnya-i-struktury-motivatsii-k-uchebe-studentov-bakalavriata-kak-pokazateley-kachestva-obrazovaniya/viewer>
3. Исследование аудитории Телеграмм. <https://tgstat.ru/research-2021>.

4. Исследование: самой быстрорастущей соцсетью в России стал TikTok.  
[https://www.znak.com/2021-08-05/issledovanie\\_samoy\\_bystrorastuchey\\_socsetyu\\_v\\_rossii\\_stal\\_tiktok](https://www.znak.com/2021-08-05/issledovanie_samoy_bystrorastuchey_socsetyu_v_rossii_stal_tiktok)
5. Левада-центр: TikTok стал популярнее Facebook в России — аудитория сервиса выросла в семь раз за два года  
<https://vc.ru/social/212455-levada-centr-tiktok-stal-populyarnee-facebook-v-rossii-auditoriya-servisa-vyroslo-v-sem-raz-za-dva-goda>
6. Вышка вошла в ТОП-3 по уровню удовлетворенности студентов обучением.  
<https://career.hse.ru/news/207326133.html>
7. Кто такой тьютор? [http://www.kstu.ru/article.jsp?id\\_e=29326&id=1440](http://www.kstu.ru/article.jsp?id_e=29326&id=1440)
8. Кто такой тьютор? [https://www.asu.ru/university\\_life/students/wellcome/b1e69b/](https://www.asu.ru/university_life/students/wellcome/b1e69b/)