

## Положение

о Центре развития экспорта образовательных программ РГПУ им. А. И. Герцена

## 1. Общие положения

1.1. Настоящее положение разработано в соответствии с законодательством Российской Федерации, уставом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена» (далее – РГПУ им. А. И. Герцена, Университет), локальными актами Университета и определяет основные задачи, функции, структуру Центра развития экспорта образовательных программ РГПУ им. А. И. Герцена (далее – Центр).

1.2. Центр является структурным подразделением РГПУ им. А. И. Герцена.

1.3. Центр возглавляет директор, который назначается и освобождается от должности приказом ректора Университета по представлению проректора по международному сотрудничеству.

1.4. Структура и штатное расписание Центра утверждаются в установленном в Университете порядке.

1.5. Распределение обязанностей между работниками центра осуществляется директором Центра в соответствии с должностными инструкциями.

1.6. В своей деятельности Центр руководствуется законодательством Российской Федерации и локальными нормативными актами, а также настоящим положением.

## 2. Задачи

Задачами Центра являются:

2.1. Увеличение числа иностранных обучающихся в Университете.

2.2. Продвижение бренда Университета в зарубежной образовательной среде как уникального учебного заведения, в котором сочетаются традиции классического и педагогического университета, а также как крупнейшего центра изучения русского языка и культуры в России.

2.3. Развитие партнерских отношений Университета с зарубежными образовательными, научными, культурными и иными организациями и учреждениями.

### 3. Функции

Центр выполняет следующие функции:

3.1. Организация работ по продвижению образовательных программ Университета на международном образовательном рынке:

– проведение маркетинговых исследований рынка образовательных услуг, предоставляемых иностранным гражданам образовательными организациями Санкт-Петербурга и России;

– анализ и применение маркетинговых инструментов продвижения образовательных услуг на российском и мировом образовательном рынках;

– анализ востребованности образовательных программ Университета на международном рынке образовательных услуг;

– организация и проведение мероприятий по привлечению иностранных граждан на обучение в Университет.

3.2. Взаимодействие с зарубежными образовательными, научными, культурными и иными организациями и учреждениями в целях развития международного партнерства Университета и увеличения числа иностранных обучающихся:

– поиск и отбор потенциальных организаций-партнеров по привлечению иностранных граждан на обучение в Университете;

– подготовка документов о сотрудничестве;

– сопровождение договоров о сотрудничестве, в том числе, в части создания новых образовательных программ, включая образовательные программы на английском языке и совместные образовательные программы с зарубежными образовательными организациями (совместно с учебно-научными подразделениями Университета);

3.3. Разработка информационно-рекламных материалов об Университете на русском и иностранных языках (совместно с управлением по связям с общественностью) для продвижения бренда Университета за рубежом.

3.4. Организация участия Университета в мероприятиях российских и зарубежных организаций и учреждений в сфере привлечения иностранных обучающихся на международном рынке образовательных услуг.