

Разработка стратегических целей формирования репутационных активов

Ключевые проблемы

- Абитуриенты и их родители не понимают каких менеджеров и в каких областях воспитывает факультет
- Восприятие факультета как факультет обо всем и не о чем
- непонимание аудиторией кто такие менеджеры

Желаемое восприятие факультета менеджмента и магистерских программ

- Факультет воспитывает управленцев и лидеров российского и международного бизнеса
- Магистерские программы учат применять лидерские качества в конкретных бизнес-областях
- Полученные знания и навыки в бакалавриате менеджмента обо всех бизнес-процессах + полученные знания и навыки в узкой области бизнеса в магистратуре = управленец и лидер, способный работать как в производственной компании, так и в консалтинговых агентствах по консультированию конкретных бизнес-процессов

Задачи

- Сформировать отношение к факультету как к кузнице лидеров в основных бизнес-процессах
- Сформировать ощущение семейственности и гордости за принадлежность к факультету
- Развитие взаимодействия и контактов между выпускниками факультета (Клуб выпускников)
- Вовлечение Клуба выпускников при распределении студентов на практики и стажировки
- Создать привлекательные условия и возможности для обучения студентов из стран СНГ
- Создать возможность получения грандов для студентов-иностранцев, прежде всего из СНГ, для обучения в НИУ-ВШЭ
- При коммуникациях с абитуриентами бакалавриата и магистратуры апеллировать к самым широким возможностям среди всего университета в области международной активности по обмену студентами с ведущими западными ВУЗами
- Развивать тесное партнерство с крупнейшими российскими и западными компаниями для дальнейшего трудоустройства студентов и выпускников