

**CBIE
BCEI**

2021

VIRTUAL | VIRTUEL

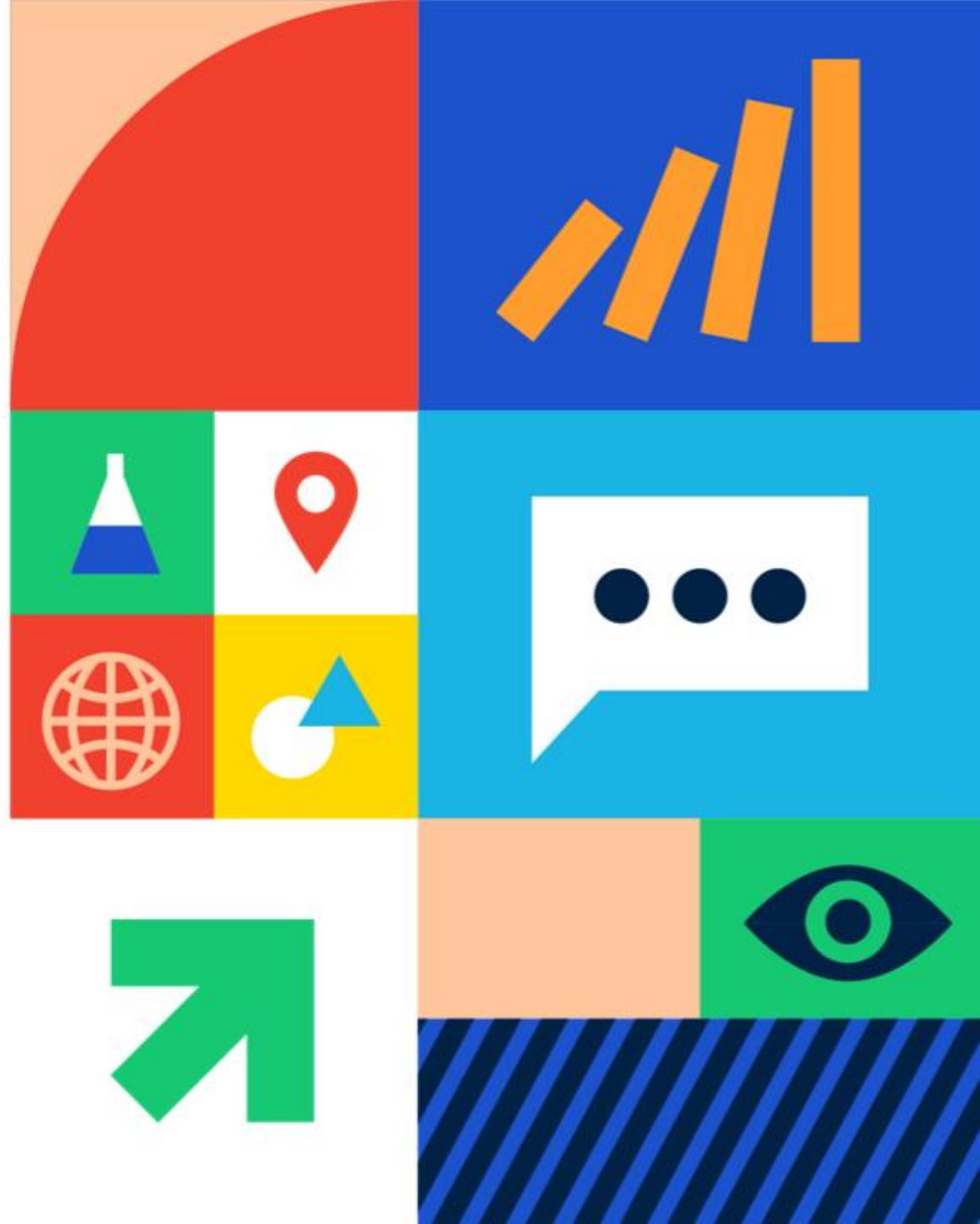


Global
Skills
Opportunity

Expérience
Compétences
Mondiales

CBIE
BCEI 2021

VIRTUAL VIRTUEL 15-19 NOV





Reframing Marketing and Recruitment to Expand Access to Education Abroad

**Repenser les stratégies
de marketing et de recrutement pour
élargir l'accès à l'éducation à l'étranger**



**Global
Skills
Opportunity**

**Expérience
Compétences
Mondiales**

**CBIE
BCEI** 2021
VIRTUAL | VIRTUEL 15-19 NOV



Land acknowledgement Reconnaissance des terres



Global
Skills
Opportunity

Expérience
Compétences
Mondiales

CBIE
BCEI 2021
VIRTUAL VIRTUEL 15-19 NOV



Opening Remarks | Mot d'ouverture



Global
Skills
Opportunity

Expérience
Compétences
Mondiales

CBIE
BCEI 2021
VIRTUAL | VIRTUEL 15-19 NOV



Inclure **Include**

Élargir l'accès et l'équité à la participation aux programmes de mobilité étudiante sortante

Widen access and equity to participation in outbound student mobility programming

Diversifier **Diversify**

Diversifier les pays de destination où les étudiants choisissent d'étudier/travailler à l'étranger

Diversify the destination countries where students choose to study/work abroad

Innover **Innovate**

Tester des approches innovantes pour réduire les obstacles aux études/travail à l'étranger

Test innovative approaches to reduce barriers to study/work abroad

Targets

Cibles



50% of funding to underrepresented student groups
du financement destiné à des groupes d'étudiants cibles

40% of funding is to non-traditional countries
du financement est destiné aux pays non traditionnels

10% of funding to support innovative approaches
du financement pour appuyer les approches innovantes

Website and GSO Projects

Site-web et Projets ECM



GSO 101 PARTICIPATE PROJECTS ABOUT FAQ [LEARN MORE](#) FR

Global Skills Opportunity

Your next chapter is abroad.

[LEARN MORE →](#)



ECM 101 PARTICIPER PROJETS À PROPOS FAQ [EN SAVOIR PLUS](#) EN

Expérience compétences mondiales

Le monde vous appelle.

[EN APPRENDRE D'AVANTAGE →](#)



INNOVATION FUNDS

Innovation Funded projects support institutions and their researchers as they build on and enhance strategic priority areas, accelerate current research and technology development, and take already-established capabilities to a globally competitive level.

[LEARN MORE →](#)

STUDENT MOBILITY PROJECTS

Student Mobility Projects empowers Canadian students, especially underrepresented students, to take advantage of international learning experiences and to develop skills such as problem solving, adaptability, resilience, and intercultural competency.

[LEARN MORE →](#)

Volet axé sur l'innovation

Les projets du Volet axé sur l'innovation ont appuyé les travaux des établissements canadiens et de leurs chercheurs pour accélérer leurs activités actuelles en matière de recherche et de technologie ainsi que renforcer leurs capacités pour leur donner un avantage concurrentiel sur la scène mondiale, consolidant ainsi des domaines stratégiques prioritaires.

[EN SAVOIR PLUS →](#)

Mobilité étudiante vers l'étranger

Les projets de mobilité étudiante vers l'étranger offrent aux étudiants, en particulier ceux issus des groupes sous-représentés, ce dont ils ont besoin pour participer à des expériences d'apprentissage international et pour développer, entre autres, leurs compétences interculturelles, leur capacité à résoudre des problèmes, leur adaptabilité ainsi que leur résilience.

[EN SAVOIR PLUS →](#)

Nombre prévu de participants

Projected number of participants



Projected Number of Participants (Physical Mobility) by Students Groups
Nombre projeté de participants (mobilité physique) par groupes d'étudiants

Indigenous Students
Étudiants autochtones

2305

Students with Disabilities
Étudiants en situation de handicap

1913

Students with Low-Income
Étudiants à faible revenu

6160

Other Students
Autres étudiants

5661

Total

16039

Projected Number of Participants (Virtual Mobility) by Students Groups
Nombre projeté de participants (mobilité virtuelle) par groupe d'étudiants

Indigenous Students
Étudiants autochtones

1453

Students with Disabilities
Étudiants en situation de handicap

1034

Students with Low-Income
Étudiants à faible revenu

2540

Other Students
Autres étudiants

2970

Total

7997

Projected number of participants

Nombre prévu de participants



Nombre de soumissions par type d'expérience
Project Applications by Type of Experience

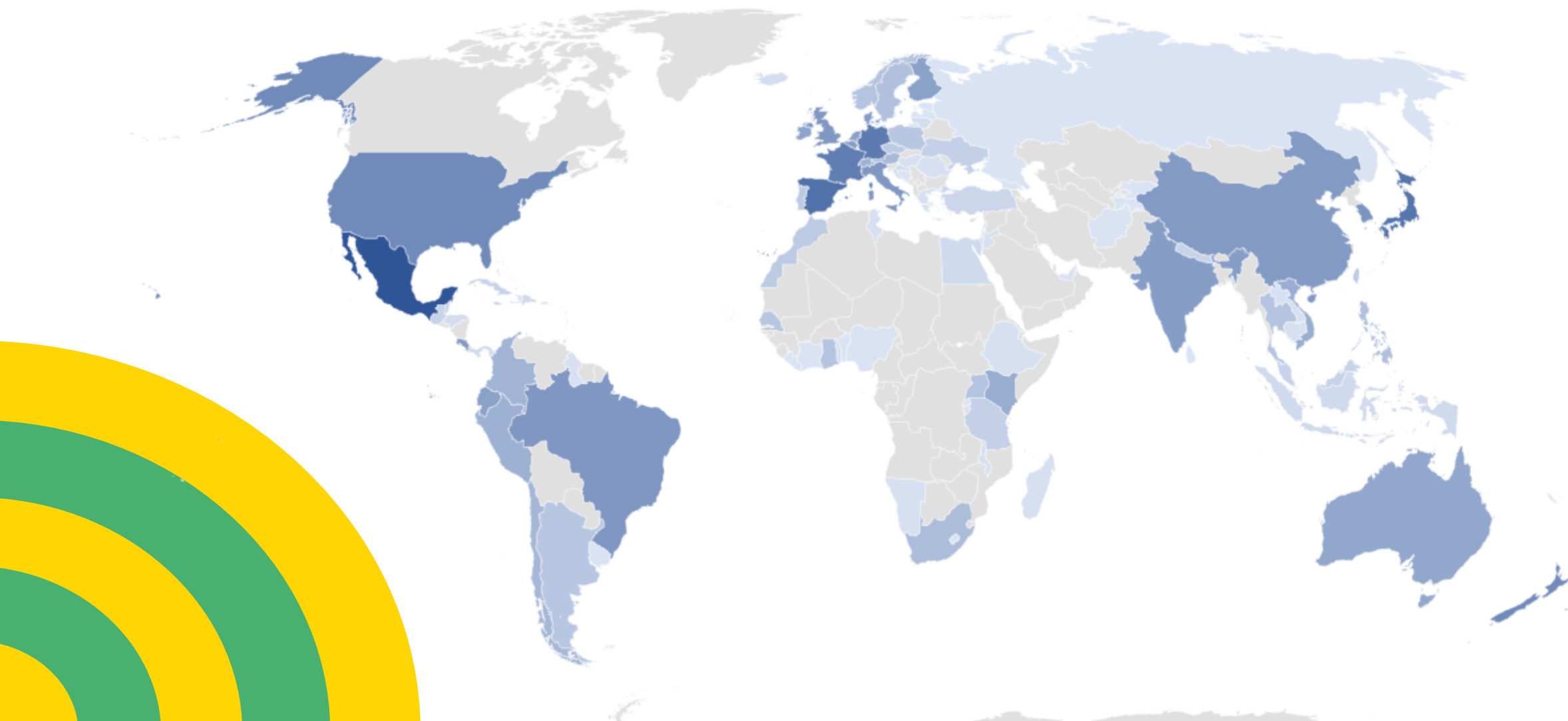
Académique Academic	Apprentissage intégré au travail Work-Integrated Learning	Les deux Both	Total
21	15	88	124

Nombre de soumissions par durée d'expérience
Project Applications by Duration of Experience

Courte durée Short-Term	Moyenne durée Medium-Term	Longue durée Long-Term	Total
68%	29%	3%	100%

ECM dans le monde

GSO in the world





Reframing Marketing and Recruitment to Expand Access to Education Abroad

**Repenser les stratégies
de marketing et de recrutement pour
élargir l'accès à l'éducation à l'étranger**



**Global
Skills
Opportunity**

**Expérience
Compétences
Mondiales**

**CBIE
BCEI** 2021
VIRTUAL | VIRTUEL 15-19 NOV

Setting the context

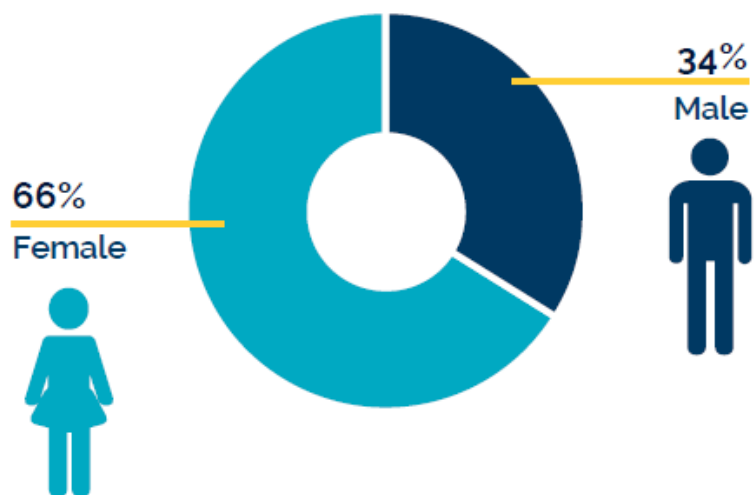
Mise en contexte



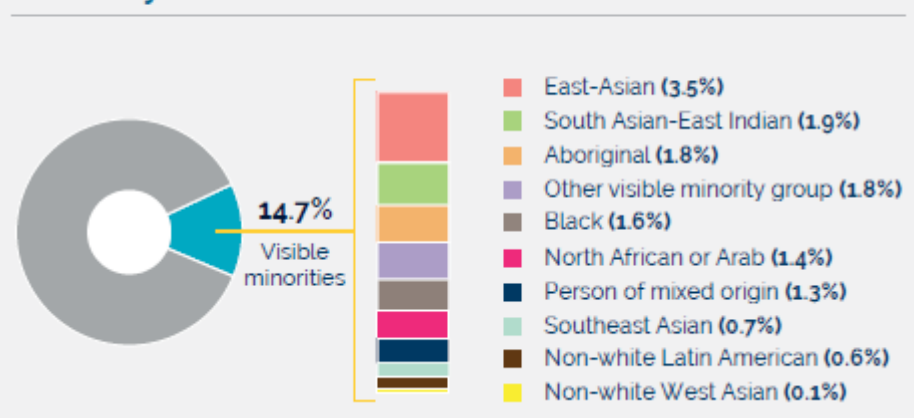
- Who participates in education abroad?
- Who doesn't participate?
- Importance of engaging underrepresented groups

- Qui sont les personnes qui participent à l'éducation à l'étranger?
- Qui sont les personnes qui n'y participent pas?
- Importance de la participation des groupes sous-représentés

Education abroad participation, by gender



Canadian students abroad, breakdown by visible minority identities



A critical lens on EA marketing

Un regard critique sur le marketing en matière d'éducation à l'étranger



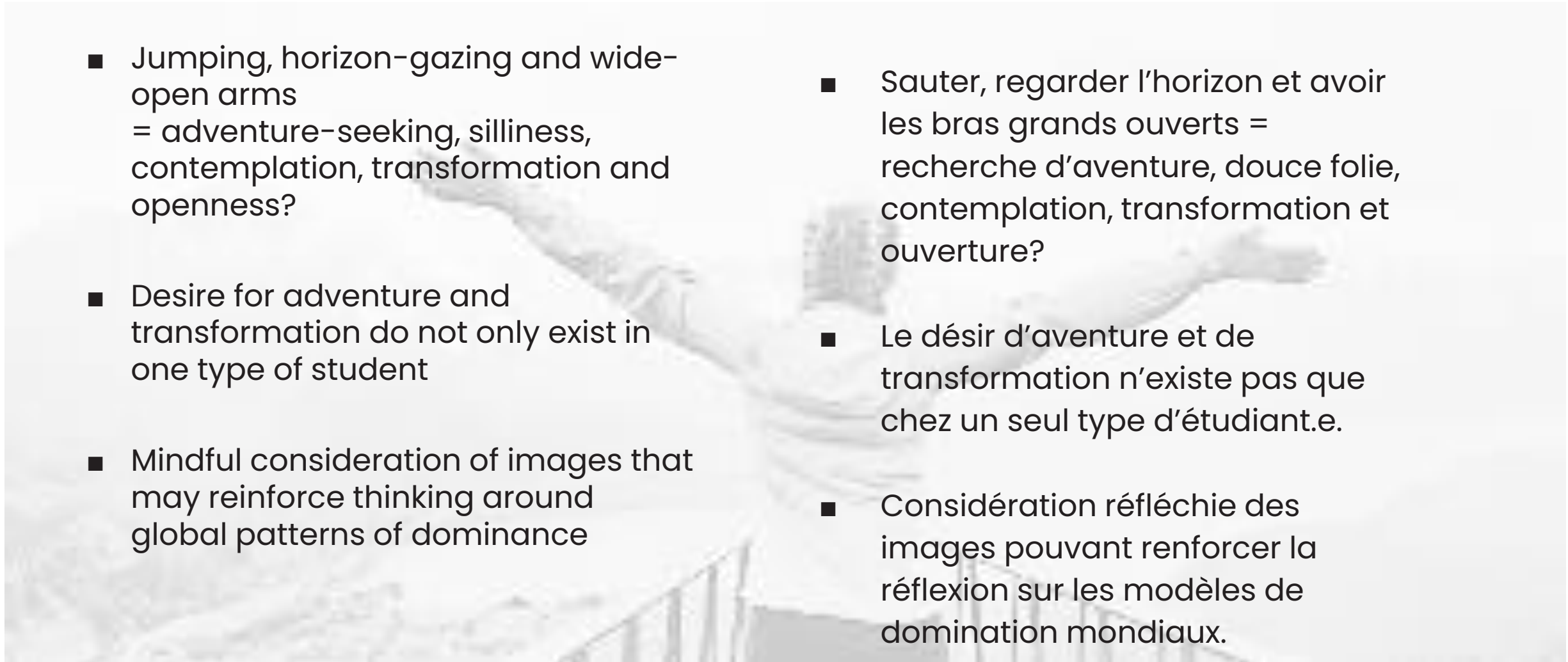
Our use of images

Notre recours aux visuels



- Jumping, horizon-gazing and wide-open arms
= adventure-seeking, silliness, contemplation, transformation and openness?
- Desire for adventure and transformation do not only exist in one type of student
- Mindful consideration of images that may reinforce thinking around global patterns of dominance

- Sauter, regarder l'horizon et avoir les bras grands ouverts = recherche d'aventure, douce folie, contemplation, transformation et ouverture?
- Le désir d'aventure et de transformation n'existe pas que chez un seul type d'étudiant.e.
- Considération réfléchie des images pouvant renforcer la réflexion sur les modèles de domination mondiaux.



Considerations for inclusive marketing

Prise en compte du marketing inclusif



Consider:

- your target audiences
- your marketing materials (website, social media, posters, brochures, etc.)
- your marketing methods (class visits, tabling, info sessions, etc.)
- how your target audiences perceive study abroad?
 - What are their assumptions? What are their needs? What are their motivations?
 - How do the above impact how they perceive your marketing materials and methods?

Considérer :

- Pensez à vos publics cibles
- Pensez à votre matériel promotionnel (site Web, médias sociaux, affiches, brochures, etc.)
- Pensez à vos méthodes promotionnelles (visites en classes, kiosques, séances d'information, etc.)
- Comment vos publics cibles perçoivent-ils les études à l'étranger?
 - Quelles sont leurs attentes? Quels sont leurs besoins? Quelles sont leurs motivations?
 - Comment ces éléments influencent-ils la façon dont ils perçoivent votre matériel et vos stratégies de marketing?

Considerations for inclusive recruitment

Prise en compte du recrutement inclusif





Review your current marketing and recruitment practices

1. Self-reflection
2. Critical questions on marketing materials
3. Critical questions on recruitment practices

***See the chat for a copy of the template.**

Examiner vos pratiques actuelles de marketing et de recrutement

1. Auto-réflexion
2. Questions critiques sur le matériel de marketing
3. Questions critiques sur les pratiques de recrutement

***Voir le chat pour une copie du modèle.**



Health Break | Pause santé

Discussion



1. What marketing materials do you currently use?
 - Type your answers into the chat
1. How do your target audiences "see" your materials?
 - What are you portraying?
 - Who is missing?
 - What is missing?

1. Quels sont les supports marketing que vous utilisez actuellement ?
 - Tapez vos réponses dans le chat
1. Comment vos publics cibles "voient-ils" vos supports ?
 - Que dépeignez-vous ?
 - Qui est absent ?
 - Que manque-t-il ?

Small Group Discussions

Salles de sous-groupe



Guidelines: we're all here to learn!

Process

1. Reflecting on your own lens
2. Considering your target audience
3. Examining your marketing materials
4. Walking through the student journey
5. Workshopping your challenges

Directives : nous sommes tous ici pour apprendre !

Processus

1. Réflexion sur votre propre objectif
2. Réfléchir à votre public cible
3. Examiner votre matériel de marketing
4. Parcourir le parcours de l'étudiant
5. Analyse de vos défis



Discussion



- Webinar Series
 - Themes
 - **Marketing and recruitment**
 - Wrap-around supports
 - Virtual mobility
 - Research on reducing barriers
 - Partnership development
 - Risk management
- Reports

- Série de webinaires
 - Thèmes
 - **Commercialisation et recrutement**
 - Services d'intégration et mesures de soutien
 - Mobilité virtuelle
 - Recherche sur la réduction des barrières
 - Développement de partenariats
 - Gestion des risques
- Rapports

Best Practices, Tools and Resources

Meilleurs pratiques, outils et ressources



Platform for prospective students to engage alumni, past exchange students and international partners.

College of New Caledonia – *Global Mobility Peer Support*

Marketing and Communications Principles

Simon Fraser University – *Expanding access to global learning opportunities – an equity-based, student-centered re-design*

Preparing students through virtual reality

College Ahuntsic – *La réalité virtuelle en mobilité étudiante...du recrutement au développement des compétences interculturelles*

Outbound Exchange Safety Guide

University of Regina – *International Outbound Student Mobility Initiative*

Global Opportunities Fair and more

Seneca College – *Launching Forward: Using the SDGs to innovatively engage students in study and work abroad opportunities*

Rapport de recherche

Université de Montréal – *Équité, diversité et inclusion (EDI) et internationalisation : poser les bases pour un accès équitable aux expériences de mobilité vers l'étranger*



Questions?



Global
Skills
Opportunity

Expérience
Compétences
Mondiales

CBIE
BCEI 2021
VIRTUAL | VIRTUEL 15-19 NOV

Thank you | Merci



**Global
Skills
Opportunity**

**Expérience
Compétences
Mondiales**



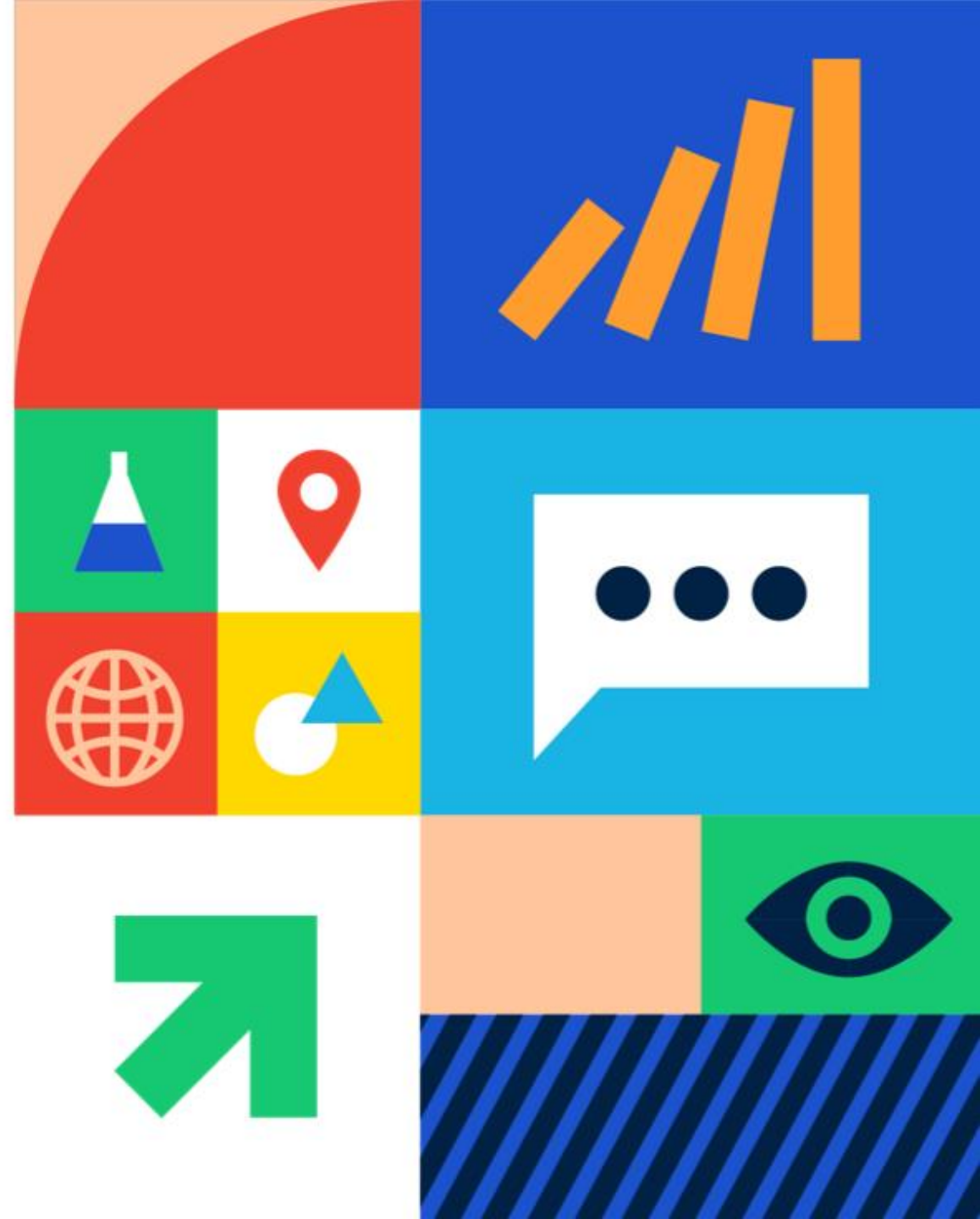
COLLEGES &
INSTITUTES
CANADA | COLLÈGES &
INSTITUTS
CANADA



**Universities
Canada.
Universités
Canada.**



Canadian Bureau for
International Education
Bureau canadien de
l'éducation internationale



References | Références



- Canadian Bureau for International Education. (2016). Special Feature – Education Abroad. A World of Learning: Canada’s Performance and Potential in International Education 2016:. Ottawa: CBIE.
- Miller-Idriss, C., Friedman, J. Z., & Auerbach, J. (2019). Jumping, horizon gazing, and arms wide: marketing imagery and the meaning of study abroad in the USA. *Higher Education*, 78(6), 1091-1107. <https://10.1007/s10734-019-00390-8>
- Stein & da Silva, 2020, p. 553 → Stein, S., & Silva, J. E. d. (2020). Challenges and complexities of decolonizing internationalization in a time of global crises. *Educação Temática Digital*, 22(3), 546-566. <https://10.20396/etd.v22i3.8659310>



**Global
Skills
Opportunity**

**Expérience
Compétences
Mondiales**