

## ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ЗВО

Трансформація національної системи освіти відбувається в умовах комплексних соціально-економічних перетворень, що пов'язані зі зменшенням чисельності населення та його постарінням, активізацією процесів трудової міграції, проведенням операції об'єднаних сил на сході України та ін. Поряд з цим, значний вплив на економічні процеси в країні спричиняє комплекс рекомендацій від міжнародних фінансових інституцій, в першу чергу мова йде про Міжнародний валютний фонд. Співпраця з МВФ та отримання траншів передбачає виконання вимог, орієнтованих на оптимізацію діяльності економічної системи, що у більшості випадків пов'язано зі скороченням витрат на соціальний сектор у певному часовому проміжку. Представлені процеси негативно впливають на умови праці та рівень життя працівників у зазначених сферах. Система освіти і науки України також характеризується недостатнім рівнем соціально-економічного розвитку, який впродовж останніх десяти років істотно знизився. Органи державного управління розробляють відповідні стратегії розвитку, які дозволяють отримати оптимальний результат упродовж певного періоду часу. Передбачається реалізація комплексу заходів з метою збільшення ефективності функціонування освітніх закладів різних рівнів акредитації завдяки оптимізації затрат, підвищенню рівня кваліфікації працівників, запровадженню інноваційних методів викладання, надання студентам актуального практичного контенту тощо. В сучасних умовах головні зусилля Міністерство освіти і науки спрямувало на освітню реформу, яка передбачає реалізацію програми «Нова українська школа», а також здійснює підтримку освітніх та наукових програм для молоді.

Окреме місце у даній сфері займає вища освіта, яка має певні особливості та характеризується кризовими явищами, які потребують від органів державного управління розробки та реалізації заходів, що дозволять забезпечити конкурентоспроможність випускників на національному та міжнародному ринках праці. Поряд з цим, необхідно забезпечити гідні умови праці та високі стандарти у оплаті для науково-педагогічних працівників, що сприятиме поступовому омолодженню кадрів, постійному підвищенню кваліфікації, активізації наукових досліджень та ін. [1].

Проте на даному етапі, заклади вищої освіти вимушені функціонувати в умовах обмеженого державного фінансування, скорочення чисельності випускників шкіл, а також активної переорієнтації

значної частки молоді на навчальні установи інших держав світу, у першу чергу країн-членів ЄС.

Певна чисельність випускників шкіл надає перевагу різноманітним курсам, ігноруючи можливість отримати класичну освіту у ЗВО. Формат надання даного виду освітніх послуг передбачає офлайн та онлайн-навчання. Завдяки активному запровадженню інноваційних технологій попит на онлайн-курси поступово зростає. Розглянемо основні переваги навчання за допомогою сучасних цифрових технологій:

1. Завдяки використанню сучасних електронних пристроїв (смартфонів, планшетів та ноутбуків) та значному розповсюдженню мережі Інтернет слухачі мають можливість навчатись у самостійно обраних локаціях та в гнучкому часовому режимі, який передбачає у певних випадках лише кінцеві терміни проходження завдань.

2. Відсутність жорстких нормативно-правових обмежень стосовно регламентування діяльності компаній у даній сфері діяльності передбачає можливість надавати слухачам широкий спектр тематичних знань, оперативно змінюючи контент у відповідності з існуючими тенденціями.

3. Конкурентні ціни на послуги, що пояснюються нижчими затратами на забезпечення освітнього процесу у порівнянні з ЗВО.

4. Застосування інноваційних технологій, що передбачають подання навчальних матеріалів у вигляді інтерактивного контенту, який представляє собою відеоматеріали, а також може бути створений за допомогою віртуальної та доповненої реальності.

5. Використання декількох мов для розробки навчального контенту, в першу чергу англійської, що розширює коло потенційних слухачів, а також дає їм можливість підвищувати рівень знання іноземних мов [2].

Окреслені фактори посилюють конкуренцію між національними ЗВО та змушують запроваджувати інноваційні підходи для пошуку та залучення нових студентів.

У якості ефективного напрямку слід розглядати Інтернет-маркетинг, який володіє комплексом сучасних інструментів, що дозволяють налагоджувати комунікації з цільовою групою. Дієвість цифрових каналів пояснюється активним використанням мережі Інтернет, соціальних медіа та різноманітних сервісів особами у віці від 18 до 35 р., які складають основну категорію населення, що може потенційно вступити на навчання до ЗВО. Саме значну популярність у молоді інноваційних

технологій слід розглядати як велику можливість для покращення профорієнтаційної роботи.

На наступному етапі доцільно детально розглянути основні інструменти Інтернет-маркетингу, які можливо використовувати для просування ЗВО у цифровому середовищі.

1. Пошукова оптимізація (SEO – Search Engine Optimization) представляє собою комплекс дій, які орієнтовані на збільшення органічного трафіку у пошукових системах. В процесі вибору навчального закладу для отримання вищої освіти значна чисельність абітурієнтів використовує пошуковики в мережі Інтернет, в першу чергу Google. Як показує практика, особи, які чітко не визначились з установою для отримання відповідних освітніх послуг, намагаються отримати комплексну інформацію у глобальній мережі, формуючи відповідні запити. У даному випадку завданням SEO-оптимізації конкретного закладу вищої освіти буде наповнення веб-ресурсів установи релевантними словами та словосполученнями, що дозволить підвищити позиції цих ресурсів у пошуковій видачі (Топ-5, Топ-10). Зазначена робота повинна здійснюватись на постійній основі, оскільки спостерігається зміна популярності запитів за певними словами та словосполученнями, а пошук періодично корегують правила формування семантичного ядра, що може істотно впливати на зміні лідерів за результатами запитів цільової аудиторії [3].

2. Контент-маркетинг (Content Marketing) – технологія залучення цільової аудиторії до компанії або торговельної марки шляхом створення та розповсюдження асоційованої корисної інформації, яка дозволить привернути увагу потенційних клієнтів. Для ЗВО контент може бути представлений у вигляді цікавих матеріалів про їх навчальну та наукову діяльність, побут та розважання студентів тощо. Матеріали виходячи зі специфіки сучасного розвитку цифрових технологій та зацікавленості молоді, доцільно подавати у вигляді відеороликів, яскравих інфографік та інших візуалізацій, які містять цікаву інформацію, що характеризується лаконічністю та подається доступною мовою.

3. Маркетинг у соціальних мережах (SMM – Social Media Marketing) використовується для налагодження комунікацій з потенційними клієнтами у соціальних медіа за допомогою використання тематичного контенту, який відповідає інтересам певної групи користувачів та вписується у специфіку функціонування окремої соціальної мережі. Слід відмітити наявність значної кількості соціальних медіа, які характеризуються певними особливостями комунікацій між користувачами та специфікою контенту. При розробці ефективних маркетингових стратегій у соціальних мережах необхідно здійснювати їх спеціалізацію наступним чином:

- Facebook Marketing;
- Instagram Marketing;
- Pinterest Marketing;
- Twitter Marketing;
- LinkedIn Marketing;

- YouTube Marketing та ін. [4].

ЗВО мають значні можливості для використання маркетингу соціальних мереж, оскільки специфіка їх діяльності передбачає реалізацію комплексу тематичних заходів навчального, пізнавального, розважального характеру, які можуть позитивно сприйматись молоддю та зацікавлять потенційних абітурієнтів. Створюються акаунти у соціальних медіа, які користуються популярністю у цільовій аудиторії, але розпорошення трудових та економічних ресурсів для створення акаунтів у великій кількості мереж є недоречним, оскільки не дозволить досягти ефективних результатів. В актуальних соціальних мережах доцільно створювати тематичні спільноти, розміщуючи у них на постійній основі свіжий спеціалізований контент. Зазначені дії потребують значних зусиль, проте підтримка комунікацій з наявною цільовою аудиторією та залучення нових користувачів передбачає постійне розміщення нових матеріалів та ведення діалогу з відвідувачами якомога частіше, бажано щодня.

4. Мобільний маркетинг – це комплекс заходів, які реалізуються за допомогою мобільних пристроїв, та орієнтовані на просування товарів і послуг з урахуванням особливостей даної технології. Переважна більшість потенційних вступників у ЗВО активно користується смартфонами, щодення застосовуючи певні мобільні додатки, серед яких месенджери займають особливе місце. В умовах популяризації чат-ботів різними компаніями, для освітніх установ зазначена технологія також стає актуальною, оскільки виступає у якості одного з каналів комунікацій з цільовою аудиторією.

5. Веб-аналітика (Web-Analytics) представляє собою гнучку систему вимірювання та збору інформації про активність на сайтах, яку можна всебічно проаналізувати та розробити ефективні рішення щодо підвищення функціональних можливостей конкретного веб-ресурсу у відповідності з потребами відвідувачів з одночасною оптимізацією затрат окремого ЗВО на підтримку цих ресурсів [5].

## Література

1. Огляд економіки України 2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.chamber.ua/Content/Documents/784646626\\_ACC\\_CountryProfile2018\\_UKR.pdf](http://www.chamber.ua/Content/Documents/784646626_ACC_CountryProfile2018_UKR.pdf)
2. Онлайн-образование: 7 ключевых трендов 2018 года [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://geniusmarketing.me/lab/onlajn-obrazovanie-7-klyuchevykh-trendov-2018-goda/>
3. Офіційний сайт InternetMarketingAssociation [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://imanetwork.org/>
4. DigitalMarketingTutorial [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.tutorialspoint.com/digital\\_marketing/index.htm](https://www.tutorialspoint.com/digital_marketing/index.htm)
5. Офіційний сайт MarketingGamers [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://marketinggamers.com/>