

## ИНТЕРНЕТ-ПРОДВИЖЕНИЕ СТУДЕНТА ВУЗА КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГА УЧРЕЖДЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ

Андреевко Н.К.

Белорусский национальный технический университет

**Аннотация:** в научной работе рассматривается такой инструмент маркетинга высшего учебного заведения, как интернет-продвижение студента, описываются методы продвижения студента и ВУЗа в социальных сетях, сравниваются способы взаимодействия с аудиторией.

**Abstract:** the paper examines such a marketing tool for a higher educational institution as online student promotion, describes the methods of promoting the student and the university in social networks, compares the ways of interacting with the audience.

Конкуренция в сфере международного высшего образования растет с каждым годом. Высшие учебные заведения используют различные способы продвижения: баннерная реклама, контекстная реклама, таргетированная реклама и т.д. Одним из относительно новых маркетинговых инструментов для продвижения ВУЗа может стать онлайн-продвижение студента. Грамотное продвижение студента ВУЗа в социальных сетях может создать положительный имидж университета, привлечь абитуриентов, вовлечь студентов в образовательный процесс, развить интерес к участию в научных конференциях, культурно-массовых и спортивных мероприятиях учреждения образования.

При продвижении студента-амбассадора важно показать личный опыт учащегося, эмоции от получения образования и участия в студенческих активностях. Привлечь потенциальных студентов можно с помощью публикаций о «Днях открытых дверей», которые проводятся в ВУЗе, рассказа о многообразии факультетов и специальностей. Один из эффективных способов вовлечения абитуриентов – это интервью с выпускниками университета, которые поделятся опытом построения карьеры, возможностях трудоустройства после окончания обучения.

Важно создавать взаимную коммуникацию с абитуриентами и студентами высшего учебного заведения. Это можно сделать с помощью проведения различных конкурсов, розыгрышей, акций на страницах студента-амбассадора и страницах ВУЗа в социальных сетях.

Реальную ценность образования, получаемого в продвигаемом университете, можно показать через совместные онлайн-вебинары, тренинги и прямые трансляции с преподавателями и студенческим активом факультета.

Также эффективно продвигать ВУЗ через социальные сети студента можно нативными способами, например, упоминанием геолокации университета на фотографиях. Таким образом, будет повышаться узнаваемость учебного заведения. Важно показать дружескую и позитивную атмосферу в студенческом коллективе. Это можно сделать с помощью публикаций совместных фотографий с одноклассниками и преподавателями, фотографий с различных культурных мероприятий ВУЗа.

В публикациях студента важно показать корпус университета, обустройство учебных аудиторий, чтобы создать полное представление о процессе обучения у абитуриентов и вызвать желание поступить в учебное заведение.

Таким образом, онлайн-продвижение студента высшего учебного заведения – это относительно новый и эффективный маркетинговый инструмент ВУЗа, используемый для построения коммуникации с абитуриентами, повышения узнаваемости учреждения образования, развития бренда и имиджа университета в Интернете.