

Заключение. На современном этапе развитие промышленности страны ориентировано на использование имеющихся преимуществ, среди которых технологические разработки по отдельным направлениям современного и новейшего технологического укладов [3, с. 225].

Наиболее наукоемкая отрасль промышленности Беларуси — машиностроение. В машиностроительном комплексе сконцентрирована основная часть высокотехнологичных и среднетехнологичных производств Беларуси.

Активно развивается сельскохозяйственное и транспортное направления. Беларусь поставляет на внешний рынок тракторы для лесного и сельского хозяйства, легковые автомобили, сельскохозяйственные машины, самосвалы, автобусы, дорожную технику. Налажено также производство машин для строительства и коммунального хозяйства, экскаваторов, подшипников, оборудования для пищевой и легкой промышленности [2].

Однако необходимо уделить больше внимания развитию маркетинга и принять интегрированный подход к его осуществлению. Это позволит удерживать и расширять рынки сбыта продукции, повышать эффективность работы предприятий и улучшать благосостояние всего общества. Для этого нужно проводить маркетинговые исследования, разрабатывать бизнес-планы и маркетинговые планы развития предприятий, а также обучать специалистов для реализации этих планов. Только таким образом белорусские предприятия смогут стать конкурентоспособными на мировом рынке и обеспечить свое благополучие и процветание.

Список цитируемых источников

1. Довбыш В. Е. Понятие и особенности промышленного маркетинга / В. Е. Довбыш // Экономика устойчивого развития. — 2020. — № 1. — С. 58—62.
2. Промышленность Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/885/885bdb65fe7077005c7c47d2748bfad0.pdf>. — Дата доступа: 16.03.2023.
3. Дойль, П. Маркетинг менеджмент и стратегии / П. Дойль, Ф. Штерн. — СПб.: Питер, 2007. — 544 с.

УДК 378.14

А. Г. Величко, Д. В. Низовец

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ

Введение. В настоящее время современные маркетинговые инструменты стали неотъемлемой частью продвижения продуктов и услуг в различных сферах бизнеса, включая образование и науку. Учреждения образования и науки также используют различные маркетинговые инструменты, которые позволяют лучше понимать свою целевую аудиторию, повысить качество обслуживания клиентов и упростить процесс покупки. В данной статье рассмотрены современные маркетинговые инструменты, которые могут быть использованы для продвижения продуктов и услуг в сфере образования и науки.

Основная часть. Для продвижения продуктов и услуг в сфере образования и науки используются следующие маркетинговые инструменты:

1. SEO (Search Engine Optimization) — один из наиболее популярных маркетинговых инструментов в образовании и науке. Это оптимизация сайта для поисковых систем с целью улучшения его позиций в выдаче поисковых запросов. Применение SEO в образовании и науке позволяет учреждениям увеличить посещаемость своих сайтов и привлечь больше студентов, исследователей и спонсоров.

Для достижения наилучших результатов необходимо использовать лучшие практики SEO, такие как оптимизация ключевых слов, улучшение заголовков страниц и тегов, а также создание качественного контента.

Согласно исследованию, проведенному компанией Backlinko, 40,2 % всего трафика на сайты приходится на органические поисковые запросы. Кроме того, 75 % пользователей не просматривают результаты поисковой выдачи за первые 5 позиций [1]. Это подчеркивает важность использования SEO для продвижения продуктов и услуг в сфере образования и науки.

Примером успешного использования SEO в сфере образования и науки могут быть:

– сайт Coursera.org. Он является одним из самых популярных онлайн-образовательных порталов, который использует SEO для привлечения целевой аудитории на свой сайт. Coursera.org имеет высокую позицию в поисковой выдаче по запросам, связанным с онлайн-курсами, что позволяет им привлекать больше пользователей и увеличивать свою аудиторию;

– Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники (bsuir.by) — сайт ведущего университета Беларуси, который также успешно использует SEO для привлечения новых студентов и продвижения своих образовательных программ. Сайт содержит много полезной информации, связанной с образованием, наукоемкими направлениями и исследованиями, что делает его привлекательным для потенциальных студентов.

– IT-академия (it-academy.by) — это онлайн-платформа для обучения программированию и разработке веб-приложений. Сайт содержит информацию о различных курсах, программе обучения и советах по выбору курса, что позволяет им привлекать целевую аудиторию и увеличивать свой трафик из поисковых систем.

– Центральная научная библиотека НАН Беларуси (nlb.by) — это крупнейшая библиотека в Беларуси, которая предоставляет доступ к научным и учебным материалам. Сайт содержит большое количество информации о библиотечных ресурсах, таких как базы данных, электронные журналы и книги, что делает его очень полезным для ученых, студентов и преподавателей.

2. SMM (Social Media Marketing) — это использование социальных платформ в качестве каналов для продвижения бренда, увеличения целевой аудитории, привлечения трафика на сайт и повышения продаж [2]. Применение SMM в образовании и науке позволяет создавать сообщества в социальных сетях и взаимодействовать с аудиторией, а также расширять круг своих потенциальных студентов и спонсоров.

Лучшими практиками использования SMM в образовании и науке является создание интересного и актуального контента для целевой аудитории, привлечение внимания и участия аудитории в дискуссиях, проведение онлайн-конференций и вебинаров, а также проведение рекламных кампаний в социальных сетях.

Для того, чтобы успешно использовать SMM в образовании и науке, необходимо определить свою целевую аудиторию и выбрать наиболее подходящие социальные сети для ее привлечения. Например, для привлечения школьников и студентов подходят Instagram и TikTok, а для привлечения профессиональных исследователей и научных организаций — LinkedIn.

Примеры успешных проектов, которые использовали SMM для продвижения своих продуктов и услуг в сфере образования и науки в Беларуси:

– Международный университет «МИТСО» (mitsou.by) активно использует социальные сети, такие как Facebook и Instagram, для привлечения новых студентов. В их аккаунтах публикуются фото и видео с описанием жизни студентов, а также информация о новых курсах и мероприятиях в университете.

– Английская школа «Lingua Land» (lingualand.by) также активно продвигает свои курсы английского языка через социальные сети, такие как Instagram и VK. В их аккаунтах можно найти информацию о новых курсах, отзывы учеников и полезные советы по изучению английского языка.

– Белорусский государственный университет (bsu.by) также использует социальные сети, такие как Facebook и Instagram, для продвижения своих программ и мероприятий. В их аккаунтах публикуются фото и видео с академической жизни университета, а также информация о научных исследованиях и конференциях.

Эти примеры показывают, как успешно можно использовать SMM для продвижения продуктов и услуг в сфере образования и науки в Беларуси.

3. Email-маркетинг — это отправка персонализированных сообщений по электронной почте с привлечением новых клиентов и привлечением узнаваемости сообщества. В образовании и науке email-маркетинг является эффективным средством для увеличения продаж и повышения качества обслуживания клиентов [3].

Для успешного использования маркетинга по электронной почте в образовании и науке необходимо создавать персонализированные сообщения, которые будут интересны и полезны для просмотра. Необходимо также используемые системы для рассылки сообщений и анализа результатов.

Примеры учебных заведений, которые активно используют email-маркетинг в своей деятельности:

– Институт бизнеса и менеджмента технологий БГУИР (sb.bsu.by) — на сайте института предлагается подписаться на рассылку с новостями и полезной информацией.

– Институт развития образования (ИРО) (boiro.by) — на сайте института можно оставить свой email для получения новостей и полезной информации о развитии образования в Беларуси.

Заключение. Таким образом, использование современных маркетинговых инструментов становится все более важным в образовании и науке. Проведенный анализ статистики показывает, что в Республике Беларусь активно используются такие инструменты, как SEO, SMM и email-маркетинг. Для успешного использования маркетинговых инструментов в образовании и науке необходимо определить свою целевую аудиторию, выбрать наиболее подходящие инструменты для ее привлечения, создавать качественный контент и проводить регулярный анализ результатов. Только так учреждения образования и науки смогут добиться максимального эффекта от своих маркетинговых кампаний и привлечь новых клиентов и спонсоров.

Список цитируемых источников

1. Here's what we learned about SEO [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://backlinko.com/search-engine-ranking>. — Дата доступа: 24.04.2023.

2. Максимюк, К. Новый интернет для бизнеса / К. Максимюк. — 2-е изд. — М. : Эксмо, 2018. — 224 с.

3. Content Management & Strategy Research 2021 [Электронный ресурс]. — https://contentmarketinginstitute.com/wp-content/uploads/2020/12/2021_B2B_Research_FINAL.pdf. — Дата доступа: 24.04.2023.