

В. Д. Тарасова

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ УВО НА ВНЕШНЕМ РЫНКЕ

Образование является одной из ключевых сфер развития общества, и все большее количество людей стремится улучшить свои навыки и получить дополнительные знания. Коммуникативные стратегии играют важную роль в продвижении УВО на рынке образовательных услуг. Эти стратегии направлены на привлечение внимания и убеждение целевой аудитории в ценностях и преимуществах, предлагаемых вузами, что подчеркивает значимость исследования их эффективности для укрепления позиций вузов на рынке.

Продвижение вузов сегодня зависит от правильно подобранных каналов коммуникации, внедрения современных маркетинговых инструментов, среди которых важное значение имеет качество его имиджа. Важным для укрепления положения на рынке является качество корпоративной коммуникации, включающей в себя разделы, необходимые для продвижения: брендинг, коммуникативную стратегию, рекламу, связи с общественностью. Речь идет о создании репутации, позиции на рынке, образе руководства, личностных и социальных характеристик вуза. Именно репутация помогает вузу противостоять потокам негативной информации и повышает его устойчивость на рынке.

По результатам опроса, проведенного для данной работы среди 60 потенциальных студентов в период Дня открытых дверей в МГЛУ, можно сделать вывод о положительном восприятии вуза целевой аудиторией, их предпочтениях и заинтересованности в дальнейшем обучении в вузе. Важно отметить, что любой вуз, осознавая свои преимущества, может лучше адаптироваться к динамике требований целевой аудитории, дифференцировать свои подходы, продвигать свои услуги и оставаться в центре внимания в образовательном секторе. Такие результаты свидетельствуют о положительном восприятии МГЛУ потенциальными студентами.

Эффективное использование коммуникативных стратегий продвижения является критическим фактором успеха продвижения УВО. Использование современных технологий и платформ, таких как социальные сети, email-маркетинг, позволяют университетам эффективно донести информацию о своих достижениях, обучении, исследованиях и других аспектах деятельности.

Кроме того, систематическое изучение рынка образовательных услуг и анализ конкурентной среды позволяет университетам адаптировать свои коммуникативные стратегии для достижения поставленных целей. Это позволяет вузам привлекать больше студентов, а также успешно конкурировать с другими учебными заведениями и укреплять свои позиции на рынке образовательных услуг.