

Либерально-демократические ценности / Journal of liberal democratic values <https://liberal-journal.ru>

2019, №3–4, Том 3 / 2019, No 3–4, Vol 3 <https://liberal-journal.ru/issue-3-4-2019.html>

URL статьи: <https://liberal-journal.ru/PDF/11KLGK319.pdf>

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Баженова А.В., Блохин Л.С., Карпова В.О., Степанцева Т.С., Митронова А.С. Продвижение вузов в социальных сетях // Либерально-демократические ценности, 2019 №3–4, <https://liberal-journal.ru/PDF/11KLGK319.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

**For citation:**

Bazhenova A.V., Blokhin L.S., Karpova V.O., Stepanitseva T.S., Mitronova A.S. (2019). Promotion of universities in social networks. *Journal of liberal democratic values*, [online] 3–4(3). Available at: <https://liberal-journal.ru/PDF/11KLGK319.pdf> (in Russian)

*Статья публикуется по итогам XIV научной конференции с международным участием «ГРАНИ КУЛЬТУРЫ: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИСТОРИИ И СОВРЕМЕННОСТИ» (24 октября 2019 года)*

УДК 008

**Баженова Анна Вячеславовна**

НАНО ВО «Институт мировых цивилизаций», Москва, Россия  
Студентка 2 курса  
E-mail: [Bazhenova\\_av@mail.ru](mailto:Bazhenova_av@mail.ru)

**Блохин Леонид Сергеевич**

НАНО ВО «Институт мировых цивилизаций», Москва, Россия  
Студент 2 курса  
E-mail: [WooDoo.2017@mail.ru](mailto:WooDoo.2017@mail.ru)

**Карпова Виктория Олеговна**

НАНО ВО «Институт мировых цивилизаций», Москва, Россия  
Студентка 2 курса  
E-mail: [Karpova\\_viktoria00@mail.ru](mailto:Karpova_viktoria00@mail.ru)

**Степанцева Татьяна Сергеевна**

НАНО ВО «Институт мировых цивилизаций», Москва, Россия  
Студентка 2 курса  
E-mail: [Best\\_fairy@mail.ru](mailto:Best_fairy@mail.ru)

**Митронова Анна Сергеевна**

НАНО ВО «Институт мировых цивилизаций», Москва, Россия  
Старший преподаватель кафедры «Менеджмента»  
E-mail: [annamillennium@mail.ru](mailto:annamillennium@mail.ru)

## Продвижение вузов в социальных сетях

**Аннотация.** В статье рассматривается роль социальных сетей в жизни современного человека, а также исследование социальных сетей для продвижения ВУЗов в интернете.

**Ключевые слова:** социальные сети; ВУЗ; интернет; виртуальная аудитория; ресурс; технологии

На сегодняшний день практически каждая образовательная организация активно занимается своим продвижением и вузы не являются исключением. Актуальность обусловлена тем, что в наше время социальные сети стремительно вносят свой вклад в продвижение вузов.

Освещение данной проблемы в науке характеризуется тем, что многие специалисты стали задумываться о том, как использовать целевую виртуальную аудиторию для продвижения вузов в социальных сетях.

В данной статье мы рассмотрим и проведём анализ уровня продвижения вузов в популярных социальных сетях.

Для начала проанализируем лидирующие по популярности социальные сети такие как: ВКонтакте, Instagram и Facebook на период с октября 2018 – март 2019, для этого мы воспользуемся данными Mediascope.

Рассмотрим самую популярную с точки зрения целевой аудитории социальную сеть ВКонтакте:

1. ежемесячная аудитория 32,8 млн чел.;
2. ежедневная аудитория 23 млн чел.;
3. пол аудитории 54,4 % женщины, 45,6 % мужчины;
4. лидирующий возрастной сегмент 35–64 года.

Рассмотрим вторую по популярности социальную сеть Instagram:

1. ежемесячная аудитория 30,7 млн чел.;
2. ежедневная аудитория 14,3 млн чел.;
3. лидирующий возрастной сегмент 15–32 года.

Третья по популярности социальную сеть Facebook. Рассмотрим ее данные:

1. ежемесячная аудитория 10,3 млн чел.;
2. ежедневная аудитория 1,7 человек;
3. лидирующий возрастной сегмент 13–65 лет.

Очень важно сделать так, чтобы все студенты были информированы и вовлечены в деятельность своего вуза, а также имели возможность выражать свое мнение в тех или иных ситуациях. Именно поэтому современные вузы предоставляют данные возможности при помощи сети интернет.

По данным Mediascope мы наглядно можем рассмотреть и проанализировать рейтинг вовлеченности аудитории вузов в социальных сетях. Для этого обратимся к Диаграмме рейтинга вовлеченности вузов в социальных сетях на рис. 1, который представлен ниже.

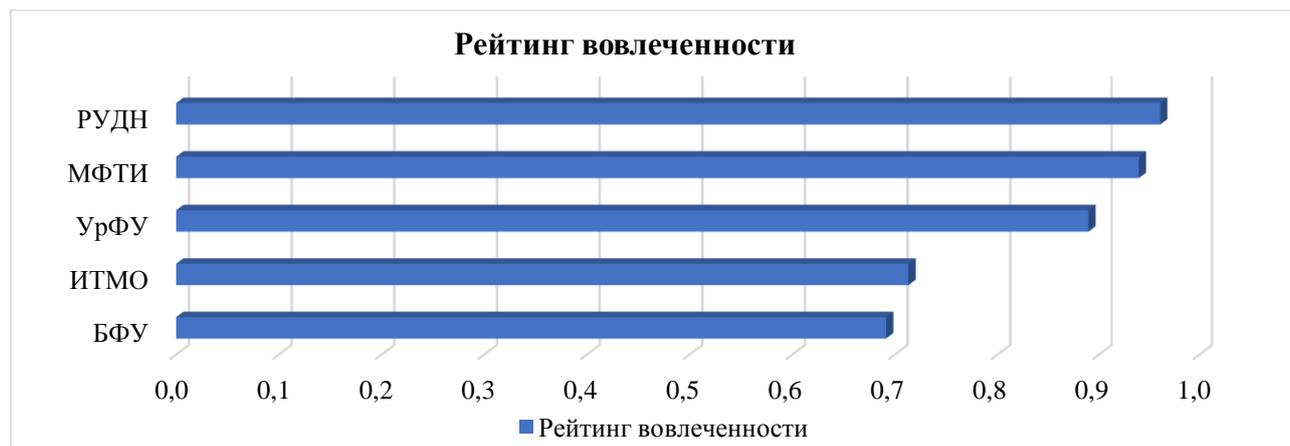


Рисунок 1. Диаграмма рейтинга вовлеченности вузов в социальных сетях

Таким образом, мы выяснили, что у РУДН оказалась многочисленная и активная аудитория.

МФТИ – стоит на втором месте по рейтингу и отличается лояльностью студентов.

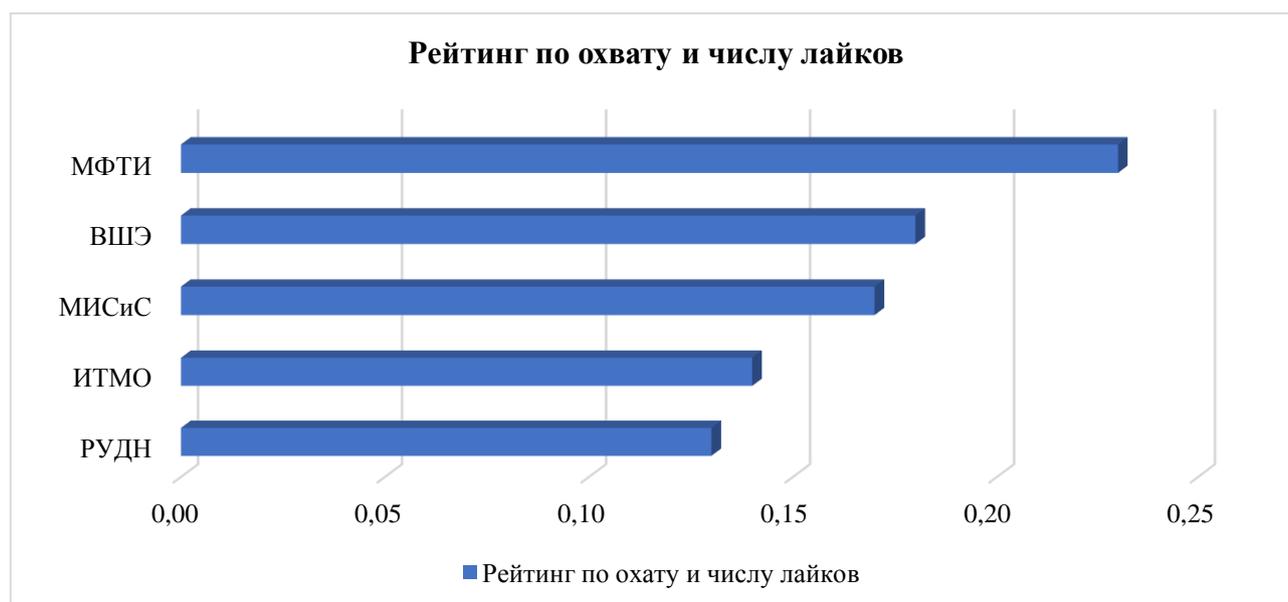
В УрФУ также хорошо организована работа с сайтом и его подписчиками.

ИТМО занимает четвертое место в рейтинге благодаря яркому креативу и созданием интересного контента вуза.

БФУ – закрывает пятерку лидеров и отличается большим количеством комментариев.

Благодаря исследованием Вадима Мищенко мы составили рейтинг ведущих российских вузов по активности в соц. сетях.

Данные по охвату и числу лайков приведены в Диаграмме числа охвата и лайков на рис. 2.



*Рисунок 2. Диаграмма числа охвата и лайков*

Полагаясь на данные, представленные на рис. 2, можно сделать вывод о том, что лидером является МФТИ, набравший самый большой процент охвата и количества лайков. На втором месте ВШЭ – 0,18; третье место занимает – МИСиС; четвертое место – ИТМО и закрепляет этот список РУДН.

Это свидетельствует о том, что вузы успешно занимают свои позиции на просторах виртуальной реальности, что помогает пользователям и студентам без каких-либо усилий быть в курсе деятельности и атмосферы института.

Таким образом, в ходе исследования, мы выяснили, что на сегодняшний день продвижение вузов на просторах интернет ресурсов является особенно популярным. Это способствует повышению интереса к вузу целевой аудитории, а также связывает студентов с насыщенной жизнью института. Именно поэтому различным вузам следует более серьезно подойти к данному вопросу, тем самым укрепить свои позиции на просторах интернета, благодаря качественной рекламе своего желаемого контента.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Пантелеева Т.А. Основные тенденции развития рекламного рынка в России // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2016.
2. Отчеты // mediascope.net URL: <https://mediascope.net/services/media/media-audience/> (дата обращения: 07.10.2019).
3. Популярные сайты в России // rg.ru URL: <https://rg.ru/2017/09/28/nazvany-samyepopuliarnye-sa> (дата обращения: 07.10.2019).
4. Рейтинг сайтов LiveInternet: [www.liveinternet.ru](http://www.liveinternet.ru) URL: <https://www.liveinternet.ru/rating/ru/> (дата обращения: 07.10.2019).

**Bazhenova Anna Vyacheslavovna**

Institute of world civilizations, Moscow, Russia  
E-mail: Bazhenova\_av@mail.ru

**Blokhin Leonid Sergeevich**

Institute of world civilizations, Moscow, Russia  
E-mail: WooDoo.2017@mail.ru

**Karpova Victoria Olegovna**

Institute of world civilizations, Moscow, Russia  
E-mail: Karpova\_viktoria00@mail.ru

**Stepantseva Tatyana Sergeevna**

Institute of world civilizations, Moscow, Russia  
E-mail: Best\_fairy@mail.ru

**Mitronova Anna Sergeevna**

Institute of world civilizations, Moscow, Russia  
E-mail: annamillennium@mail.ru

## Promotion of universities in social networks

**Abstract.** The article discusses the role of social networks in the life of modern man, as well as the study of social networks to promote Universities on the Internet.

**Keywords:** social networks; University; Internet; virtual audience; resource; technology

### REFERENCES

1. Panteleeva T.A. the Main trends in the development of the advertising market in Russia // international journal of Humanities and natural Sciences. 2016.
2. LiveInternet website rating: [www.liveinternet.ru](http://www.liveinternet.ru) URL: <https://www.liveinternet.ru/rating/ru/> (accessed 07.10.2019).
3. Popular sites in Russia // rg.ru URL: <https://rg.ru/2017/09/28/nazvany-samyepopuliarnye-sa>. (accessed 07.10.2019).
4. Reports // mediascope.net URL: <https://mediascope.net/services/media/media-audience/> (accessed 07.10.2019).