

# Методи просування облікового запису закладу вищої освіти у соціальній мережі Instagram

Анна Заскальна

Кафедра СКІД

Національний університет «Львівська політехніка»

Львів, Україна

[zaskalna199@gmail.com](mailto:zaskalna199@gmail.com)

Іванна Сабадаш

Кафедра СКІД

Національний університет «Львівська політехніка»

Львів, Україна

[ivankagoshovska@gmail.com](mailto:ivankagoshovska@gmail.com)

**Abstract.** *The use of Instagram social networks to promote higher education is a common occurrence. The use of marketing tools allows you to analyze target audience and successfully disseminate information about studying at the university.*

**Ключові слова:** соціальна мережа Instagram, соціальна платформа, цільова аудиторія, інформація, обліковий запис, Заклад Вищої Освіти.

## ВСТУП

В сучасних інформаційних умовах соціальні мережі відіграють одну з провідних ролей у поширенні та просуванні інформації. Їх використовують майже всі люди, які зацікавлені в тому, щоб знайти собі цільову аудиторію, якій можна продати свій товар чи послугу.

Оскільки, соціальна мережа Instagram входить у число найбільш популярних та перспективних платформ для просування бізнесу, Закладів Вищої Освіти та особистих акаунтів, то популярність цієї мережі впевнено зростає, а користувачів стає все більше.

## АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Питання сучасних тенденцій розвитку віртуальних спільнот та шляхи підвищення ефективності функціонування веб-спільнот розглядають у праці С. С. Федущко [5].

У публікації А. Заскальної та Т. Білушак [1], наголошується на загальних питаннях

інформаційної безпеки в умовах сучасного протиборства. Деякі аспекти використання інформації, згенерованої у соціальних мережах та працях Н. Химиця [3,4].

Праця А. Мащак та С. В. Шпилик пояснює як ефективно використовувати соціальну мережу Instagram для просування бізнесу [2].

## МЕТОДИ ПРОСУВАННЯ ОБЛІКОВОГО ЗАПИСУ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ У СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ INSTAGRAM

Соціальні мережі є найпоширенішим видом дозволя, тому реклама у них користується великим попитом і її використовують майже всі навчальні заклади для поширення інформації про здобуття навчання саме у них. Це – дуже потужна соціальна платформа для реклами і просування, тому сьогодні є дуже актуальним вести свій обліковий запис у Instagram – молодий додаток, випущений у 2010 році.

В Instagram зареєстровані більше 100 мільйонів користувачів, що гарантує охоплення великої кількості потенційних студентів. Окрім цього додаток можна прив'язати до сторінки у Facebook, одночасно викладаючи матеріал та інформацію у двох соціальних мережах.

Методи просування облікового запису, якими користується все більше користувачів у Instagram:

ім'я облікового запису та фото. Ім'я облікового запису має повністю відповідати назві навчального закладу, для того щоб користувачі могли без ускладнень знайти

потрібний ім акаунт. В якості фото профілю можна встановити логотип університету.

Шапка профілю. Більш детальний опис соціальної сторінки навчального закладу. Шапка профілю може містити в собі посилання на головний сайт університету, час роботи, номер телефону, локацію. Кожну фразу бажано починати з нового рядка, для того щоб споживачі візуально сприймали опис сторінки Instagram.

Хештег – це функція, яка допомагає переглядати інформацію за певною тематикою. Дозволяє користувачу швидко знайти потрібну інформацію, а університету – прорекламувати свій заклад. За допомогою хештегів є ймовірність охопити більше цільової аудиторії, а отже й більшу кількість потенційних читачів і студентів.

Контент-план. Грамотне складання контент-плану є найважливішим елементом стратегії просування облікового запису в Instagram. Потрібно пам'ятати про те, що інформація має бути різного типу і публікуватися її тоді, коли споживачу буде краще вона сприйматися.

Платна реклама. За допомогою вкладки «Аналітика» можна переглядати статистику сторінки, кількість фоловерів та створювати платну рекламу. Вона дає можливість знайти велику кількість користувачів, які є саме вашою цільовою аудиторією

## ВИСНОВОК

Отже, використання соціальної мережі Instagram для поширення облікового запису Закладу Вищої Освіти є дуже актуальним та популярним у наш час. Метою такого виду маркетингу є зацікавлення споживача, тобто створення власного позитивного іміджу, позиціонування себе, як такого, для якого першочерговим завданням є завоювання віри та прихильності серед споживачів інформації облікового запису.

Розумне використання усіх методів просування акаунта допоможе знайти цільову аудиторію за короткі терміни, поширити свій навчальний заклад за теренами свого міста та заохотити до вступу велику кількість абітурієнтів.

## ЛІТЕРАТУРА

- [1] А. Заскальна, Т. Білушак, «Питання інформаційного протистояння в умовах інформаційної війни», Інформація, комунікація, суспільство 2017 : матеріали 6-ої Міжнародної наукової конференції ІКС-2017, 18–20 трав. 2017 року, Україна, Львів, Славське – С. 38–39.
- [2] А. Мащак «Використання соціальної мережі Instagram для просування бізнесу», Матеріали Регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів „Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі“, 20 грудня 2017 року. — Т. : ТНТУ, 2017. — С. 150–15
- [3] Н. Химиця, «Соціальні мережі як інноваційний засіб формування історичної інформації», Інформація, комунікація, суспільство 2014 : матеріали 3-ої Міжнар. наук. конф. ІКС-2014, 21-24 трав. 2014 р., Україна, Львів, Славське, -С. 36-37 .
- [4] Н. Химиця, «Етика спілкування в мережі Fidonet як складова вітчизняної інформаційної культури», Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Інформаційно-документальні комунікації в глобалізованому суспільстві», 21-22 березня 2013 р., К, НАУ, 2013, С.167-168.
- [5] С. С. Федушко, «Аналіз архітектури та сучасних тенденцій розвитку віртуальних спільнот» / С. С. Федушко // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2011. – № 699 : Інформаційні системи та мережі. – С. 362-375.
- [6] А. Peleshchyshyn, O. Markovets, V. Vus, S. Albota, «Identifying specific roles of users of social networks and their influence methods», Комп'ютерні науки та інформаційні технології : матеріали XIII Міжнародної науково-технічної конференції CSIT-2018, 2018. – С. 39–42
- [7] А.Пелещишин, А.Вус, О.Марковець, «Побудова формальної моделі віртуальних спільнот як середовища соціокомунікативного протиборства», Вчені записки таврійського національного університету імені В.І. Вернадського, Серія: технічні науки, 2018, том 29 (68) № 4, с. 201-208.