

Застосування інтернет-маркетингу в процесі інформаційно-рекламного забезпечення діяльності органів студентського самоврядування

Надія-Соломія Савчин

Кафедра СКІД

Національний університет "Львівська політехніка"

Львів, Україна

nadiia-solomiia.savchyn.dk.2016@lpnu.ua

Abstract. *A large number of researchers have studied and are now actively studying Internet marketing, SEO, SMM, ie, promoting and promoting their own organization in the social network and the web, and the conclusions are unanimous that social networks as a powerful platform, really high level, behind the terms of using all the rules of promotion, useful and interesting content, help to promote your own organization, your name and brand.*

Ключові слова: реклама, Інтернет-маркетинг, веб-простір, заклади вищої освіти (ЗВО), Інтернет-реклама, веб-сайт, органи студентського самоврядування.

На сьогодні інформація є одним із найпотрібніших ресурсів, доступних для будь-кого, хто приймає різноманітні рішення. У сучасному світі високих технологій інформація стала чи не найдорожчою річчю. Одним із способів надання інформації є реклама. Причому реклама не у вузькому сенсі, як інформація про певний виріб, а у найширшому значенні цього поняття – як засіб інформування, переконання, впливу і маніпуляції суспільством або певною верствою населення.

У сучасному світі все більш популярною стає Інтернет-реклама, за допомогою якої можна просувати власний бренд у мережі Інтернет. Адже постійне зростання кількості користувачів – це не єдина перевага представлення товарів та послуг в Інтернеті.

Одним із важливих складників маркетингу, який допомагає просувати продукцію чи

Наталія Вовк

Кафедра СКІД

Національний університет "Львівська політехніка"

Львів, Україна

Nataliia.S.Vovk@lpnu.ua

підприємство на веб-просторах є Інтернет-маркетинг.

Інтернет-маркетинг – як і традиційний маркетинг – скерований на просування товарів та послуг для зростання продажів та отримання більшої бази користувачів для компанії. Тільки відбувається усе в Інтернеті [1]. На відміну від традиційного маркетингу, Інтернет-маркетинг вважається досить складним в освоєнні, вивчити який певною мірою досить важко. Соціальні мережі стали обов'язковим елементом для введення бізнесу у сучасних умовах.

ВЕБ-САЙТ ЯК ЗАСІБ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ОРГАНІВ СТУДЕНТСЬКОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Не стоять осторонь і використовують елементи інтернет-маркетингу ЗВО для популяризації власного імені на ринку освітніх послуг. Застосування Інтернет-маркетингу відкриває колосальні можливості для ЗВО, вирівнює шанси на ринковий успіх великих і малих закладів вищої освіти, оскільки всі вони використовують відносно недорогі, широко доступні, фактично, стандартизовані інструменти.

Національний університет «Львівська політехніка» це – заклад вищої освіти України, в якому відмінно функціонує студентське самоврядування, яке об'єднує суспільно активних студентів, забезпечує захист прав та інтересів студентів та їх участь в управлінні

ЗВО. Також у Львівській політехніці функціонує Колегія та профбюро студентів навчально-наукових інститутів (ННІ), яка допомагає студентам у вирішенні низки питань пов'язаних із навчанням.

Створення веб-сайту для Колегії та профбюро студентів є чудовим методом для популяризації послуг та інформування абітурієнтів та студентів. Для кращого розуміння процесу створення веб-сайту, варто розробити інформаційну та функціональну моделі задач.

На рис. 1. представлено інформаційну модель інформаційно-рекламного представлення діяльності Колегії та профбюро Інституту гуманітарних і соціальних наук (ІГСН).

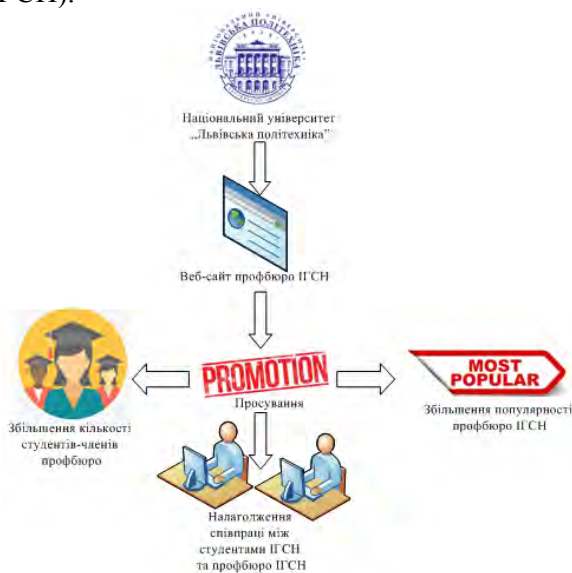


Рис. 1. Інформаційна модель рекламного забезпечення студентської колегії

Інформаційна модель дає змогу краще зрозуміти увесь процес створення сайту з використанням зображень та тексту. Функціональна модель задач реалізована за допомогою формалізації процесу та показала основний процес, і три зовнішні сутності, такі як: голова профбюро ІГСН, студенти та адміністратор веб-сайту.

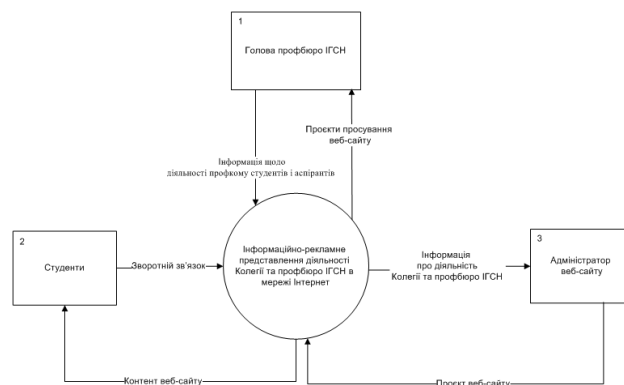


Рис.2. Контекстна діаграма

Контекстна діаграма на рис. 2 візуалізує процес інформаційно-рекламного забезпечення діяльності колегії та профбюро ІГСН. Таке представлення дає змогу проаналізувати системність взаємодії усіх учасників процесу.

ВИСНОВКИ

Використання Інтернет-маркетингу сприяє популяризації усіх подій закладу вищої освіти, внутрішніх студентських подій, студентського самоврядування тощо. Адже, саме хорошою рекламою з використанням усіх тонкощів Інтернет-маркетингу можна залучити нову цільову аудиторію, студентів та абітурієнтів. Звичайно Інтернет-простір дуже швидкоплинний та змінний: змінюються уподобання користувачів, світові тенденції, але якщо завжди удосконалюватись та навчатись самому, Інтернет-маркетинг буде незамінним другом у популяризації та просуванні власного веб-сайту.

ЛІТЕРАТУРА

- [1] Інтернет-маркетинг для початківців. Як та навіщо [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nachasi.com/2018/11/01/internet-marketyng-z-chogo-pochaty/>.
- [2] Вовк Н. Інтернет-реклама як складова електронного бізнесу / Н.Вовк, І.Романів // Інформація, комунікація, суспільство 2019 [Електронний ресурс] ІКС-2019 – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2019.
- [3] Дихтярук У., Матіішин Л., Савчин Н., Марковець О., Інформаційно-психологічні війни і їх вплив на свідомість суспільства// Інформація, комунікація, суспільство (ІКС-: Вид-во Львів. політехніки, 2019. С. 222–223.