

Учреждения образования в социальных сетях

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь

А.В. Буянов, Пунцель Е.В.

Парафиянович Т.А. - канд. пед. наук
Розум Г.А. – ассистент кафедры ИПиЗ

Целью работы является анализ современного состояния социализации Учреждений образования и предложения по повышению уровня активного участия учащихся и студентов в жизни Учреждения.

На данный момент почти каждый учащийся или студент зарегистрирован в социальных сетях, таких как Вконтакте, Одноклассники, Facebook, MySpace, Instagram, Twitter и так далее. И так как учреждениям образования Республики Беларусь стоит привлекать внимание абитуриентов, студентов и обучающихся, было бы разумно внедриться в социальные сети. А именно администрировать официальную группу или страницу, чтобы учащиеся и студенты могли не только задавать интересующие их вопросы и получать на них достойные ответы администрации, но и следить за новостями учреждения образования, студентами или учащимися которого они являются, в привычной для них среде. Хотелось бы остановиться на примере социальной сети Вконтакте, т.к. большинство учащихся и студентов там зарегистрированы.

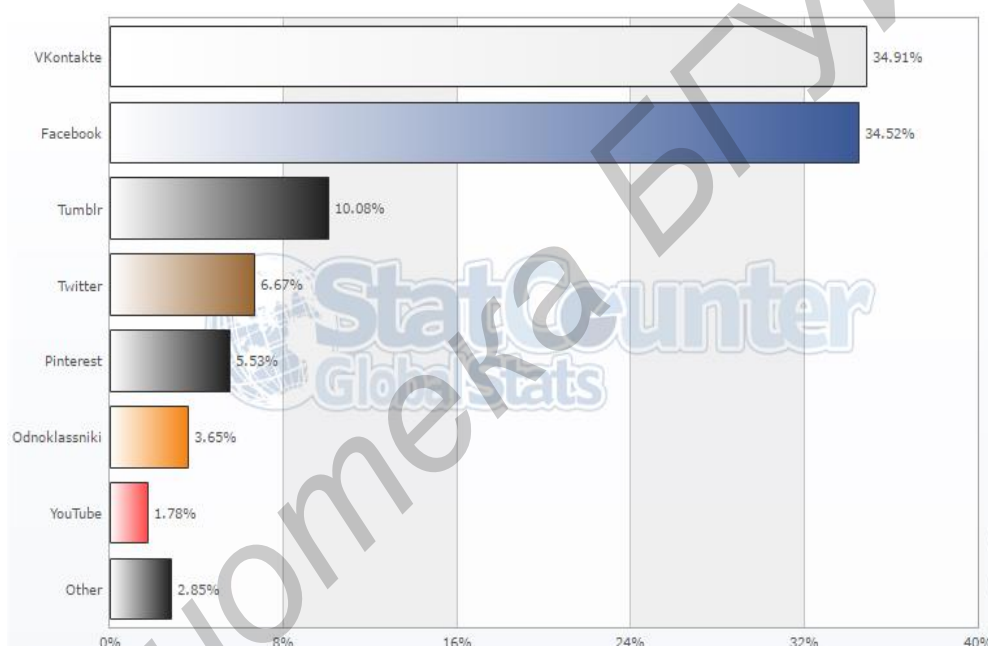


Диаграмма 1. Статистика зарегистрированных в социальных сетях пользователей-студентов в Республике Беларусь

Рассмотрим два учреждения образования – это БГУИР (Белорусский Государственный Университет Информатики и Радиотехники) и БГЭУ (Белорусский Государственный Экономический Университет). Оба этих учреждения имеют свои официальные страницы Вконтакте. Причем эти страницы имеют достаточно узкие направления, т.к. все целиком охватить очень трудно. И эти страницы администрируют целые команды, где каждый отвечает за определенную функцию. Рассмотрим некоторые из этих групп описанных выше учреждений образования:

- Официальная группа актива БРСМ Белорусского Государственного Экономического Университета. Попастъ на эту страницу можно пройдя по этой ссылке <https://vk.com/madeinbseu> в вашем браузере. Сделана она достаточно в молодежном стиле, то есть информация для целевой аудитории преподносится в приемлемом для этой аудитории стиле. Количество подписчиков (членов) этой группы составляет 7603 обучающихся! Отсюда можно сделать вывод, что целевой аудитории нравится стиль преподнесения информации. Опять таки, стоит заметить, что это всего лишь одно из многочисленных направлений этого Университета.

- Официальная группа Студенческого совета Факультета компьютерных систем и сетей Белорусского Государственного Университета Информатики и Радиотехники. На эту страницу можно попасть вышеописанным способом по ссылке https://vk.com/studsovet_fksis. Количество студентов этой группы значительно отличается от предыдущей группы вследствие достаточно различных направлений. Команда администраторов этой группы составляет 13 человек! Можно сделать вывод: чтобы добиться внимания

целевой аудитории, одного администратора может не хватить. Это подчеркивает сложность поставленной задачи.

Сами же организаторы этих групп, Дубко Никита Александрович (представитель БГУИР) и Цаба Юрий Николаевич (представитель БГЭУ), утверждают, что не достаточно лишь одного старания и многочисленной команды. Из выступлений этих организаторов можно выделить:

1. Для лучшего понимания работы со страницей стоит вести свой личный интернет-блог. Это поможет понять, как именно стоит группировать информацию и как удержать заинтересованность вашей целевой аудитории.

2. Использование технологий Social Media Marketing (SMM), Search Engine Optimization (SEO), Social Media Optimization (SMO), которые используются в усилении популяции web-сайтов.

Теперь подробнее о технологиях SMM, SEO, SMO:

- Social media marketing (SMM) — процесс привлечения трафика или внимания к бренду или продукту через социальные платформы. Продвижение в социальных сетях позволяет точно воздействовать на целевую аудиторию, выбирать площадки, где эта аудитория в большей степени представлена, и наиболее подходящие способы коммуникации с ней, при этом в наименьшей степени затрагивая незаинтересованных в этой рекламе людей.

- Search Engine Optimization (SEO) — комплекс мер для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей с целью продвижения сайта. Обычно, чем выше позиция сайта в результатах поиска, тем больше заинтересованных посетителей переходит на него с поисковых систем.

- Social Media Optimization (SMO) – совокупность действий, которые позволяют приводить на сайт целевых посетителей из социальных сетей. SMO - продвижение также используется для увеличения трафика в сообщество или группу внутри социальной площадки. Для достижения этой цели его используют вместе с SMM.

Все эти технологии можно смело использовать для улучшения вашей официальной группы/страницы.



Подводя итоги можно уверенно заявить, что официальные страницы или группы Учреждений образования в социальных сетях значительно поднимают уровень активного участия учащихся и студентов в жизни Учреждения образования. Также такой стиль общения более приемлем молодежи, иначе говоря, целевой аудитории официальных групп и страниц в социальных сетях.

Список использованных источников:

1. Байков Владимир Дмитриевич. Интернет. Поиск информации. Продвижение сайтов. — СПб.: БХВ-Петербург, 2000. — 288 с.
2. Артём А. Сенаторов. Битва за подписчика «ВКонтакте»: SMM-руководство. — М.: Альпина Паблишер, 2015. — 168 с.