

УДК 339.138

МЕТОДЫ И СРЕДСТВА ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ И ПОДДЕРЖКИ ЦЕЛЕВОЙ МОТИВАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОЦЕССАХ

Купрейчик А.С., Комличенко В.Н., Снопок Л.А.

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники, г. Минск, Беларусь, kuprejczikaleksandra@gmail.com

Аннотация. Данная статья рассматривает методы и средства цифрового маркетинга, которые применяются для формирования и поддержки целевой мотивации обучающихся в образовательных процессах. Исследуется значение персонализации контента, геймификации, использования социальных медиа и мультимедийных материалов. Приводятся примеры успешного использования адаптивных технологий и индивидуальной настройки образовательных материалов для поддержки стимула студентов. Отмечается важность анализа данных и машинного обучения для понимания индивидуальной заинтересованности обучающихся и предоставления персонализированных рекомендаций. В целом, статья подчеркивает роль методов и средств цифрового маркетинга в повышении мотивации студентов и улучшении образовательной среды.

Ключевые слова. Цифровой маркетинг, целевая мотивация, обучающиеся, образовательные процессы, персонализированный контент, геймификация.

В современном информационном обществе цифровые технологии проникают во все сферы нашей жизни, в том числе и в образование. Одной из ключевых областей, где цифровизация и цифровые инструменты получили особое значение, является маркетинг в образовании. Цифровой маркетинг – это совокупность стратегий и технологий, используемых для привлечения и удержания аудитории с помощью интернет-ресурсов и цифровых платформ.

Цифровой маркетинг в образовании отличается от традиционного маркетинга тем, что использует цифровые инструменты и платформы для привлечения и удержания студентов. Он включает в себя использование социальных сетей, поисковой оптимизации, контекстной рекламы, электронной почты и других онлайн-инструментов, направленных на создание эффективного взаимодействия с целевой аудиторией в образовательных учреждениях и организациях [1].

Цифровой маркетинг в образовании имеет ряд особенностей, связанных с уникальными потребностями и ожиданиями обучающихся. Во-первых, он направлен на привлечение и удержание студентов, поэтому акцент делается на интерактивности и персонализации контента. Во-вторых, цифровые инструменты позволяют оптимизировать процесс принятия решений и предлагать студентам подходящие программы обучения на основе их интересов и предыдущих успехов. В-третьих, он способствует созданию сильного сообщества студентов, где они могут обмениваться знаниями, опытом и получать поддержку друг от друга.

Мотивация играет решающую роль в эффективности образовательных процессов. Она определяет степень интереса и объем усилий студента в достижении образовательных целей. Целевая мотивация, в свою очередь, фокусируется на конкретных целях и стремлении к достижению определенных результатов.

Целевая мотивация в образовательных процессах имеет большое значение, так как она стимулирует студентов следить за своим прогрессом, преодолеть

трудности и постоянно совершенствоваться. Она позволяет студентам видеть смысл и цель в том, что они учатся, что является ключевым фактором успешной учебы.

Цифровой маркетинг в образовании может сыграть важную роль в формировании и поддержке целевой мотивации студентов. С помощью персонализации контента и использования геймификации, могут создаваться индивидуальные и интересные образовательные ситуации, которые мотивируют студентов к достижению своих целей. Также средства цифрового маркетинга позволяют создавать онлайн-сообщества и социальные сети, где студенты могут поддерживать общение, делиться своими успехами и получать поддержку от других участников [2].

В современном мире социальные медиа играют все более важную роль в различных сферах жизни, в том числе и в образовании. В образовательных процессах данные медиа также нашли свое место, и успешное использование этих платформ может значительно повысить мотивацию обучающихся.

Социальные медиа предоставляют уникальные возможности для общения, обмена опытом и получения поддержки от других участников образовательного процесса. Ниже перечислены несколько ключевых ролей социальных медиа в формировании мотивации обучающихся:

1. Сообщество и взаимодействие. Социальные медиа предоставляют возможность создания сильных образовательных сообществ, где студенты могут общаться, задавать вопросы, делиться своими достижениями и получать поддержку от своих коллег и преподавателей. Это создает положительную атмосферу и стимулирует учебную активность.

2. Интерактивность и персонализация. Социальные медиа позволяют создавать интерактивные и персонализированные образовательные материалы. С помощью опросов, викторин и заданий на социальных медиа платформах, студенты могут активно участвовать в образовательном процессе, чувствовать



себя вовлеченными и получать немедленную обратную связь.

3. Вдохновение и мотивация. Социальные медиа являются источником вдохновения и мотивации для студентов. Они могут следить за успехами других студентов, изучать лучшие практики и находить свои мотивационные ориентиры в образовательном контенте, который публикуется на социальных медиа. Это помогает поддерживать высокую мотивацию для достижения образовательных целей.

Примеры успешного использования платформ:

1. Facebook Groups. Создание закрытых групп на Facebook, где студенты могут задавать вопросы, делиться идеями, обсуждать материалы и получать обратную связь от преподавателей и своих коллег. Это создает дополнительное пространство для учебного взаимодействия и мотивации.

2. Instagram Challenges. Запуск образовательных вызовов на Instagram, где студенты могут участвовать, выполнять задания и делиться своими результатами. Это не только способствует активному участию в учебном процессе, но и стимулирует креативность и взаимодействие между студентами.

3. YouTube Tutorials. Создание образовательных видеороликов на YouTube, которые позволяют студентам изучать учебный материал в формате, удобном для них. Здесь они могут просматривать видео по своему графику и получать доступ к профессиональному контенту от преподавателей и экспертов.

4. LinkedIn Discussions. Создание обсуждений и форумов на LinkedIn, где студенты могут участвовать в профессиональных дискуссиях, делиться своим опытом и получать обратную связь от экспертов в своей области. Это способствует развитию профессиональных навыков и стремлений к карьерному росту.

С развитием цифровых технологий и интернета появилось множество интерактивных онлайн-инструментов, которые активно применяются в образовании. Эти инструменты, такие как вебинары, онлайн-курсы и тесты, позволяют создать привлекательную и интерактивную учебную среду, способствуя повышению мотивации обучающихся.

Вебинары представляют собой интерактивные онлайн-презентации или лекции, в которых участники могут задавать вопросы, участвовать в опросах и обсуждениях. Вебинары позволяют обучающимся получать знания в режиме реального времени, а также взаимодействовать с преподавателем и другими студентами. Это создает более привлекательную и вовлекающую учебную среду.

Онлайн-курсы предлагают возможность самостоятельного изучения материалов по заданной теме. Они часто предоставляют интерактивные модули, задания и тесты, которые помогают студентам проверить свои знания и уровень понимания. Это позволяет обучающимся работать в удобном для них темпе и получать обратную связь от системы.

Интерактивные тесты и викторины представляют собой эффективный способ проверки знаний и стимулируют обучающихся к активной деятельности. Они могут быть доступны как в виде онлайн-инстру-

ментов, так и в виде приложений. Использование геймификации в виде наград и рейтингов также может стимулировать мотивацию студентов к достижению лучших результатов.

Примеры успешного использования платформ:

1. Программа Zoom предоставляет возможность проведения интерактивных вебинаров, онлайн-семинаров и занятий. Она обеспечивает легкую коммуникацию и взаимодействие между преподавателями и студентами. Благодаря функционалу вебинаров, такому как опросы и чаты, студенты могут задавать вопросы, высказывать свои мысли и участвовать в дискуссиях, что способствует активности и мотивации.

2. Платформа Coursera предоставляет доступ к широкому спектру онлайн-курсов от ведущих университетов и организаций. Онлайн-курсы на Coursera обладают интуитивно понятным интерфейсом, включают в себя интерактивные задания и контрольные работы, что помогает обучающимся проверить свое понимание материала и мотивирует их к освоению курса.

3. Платформа Quizlet предлагает широкий спектр возможностей для создания интерактивных викторин и тестов. Студенты могут использовать Quizlet для самостоятельного изучения материала, проверки своих знаний и тренировки навыков. Это дает возможность обучающимся получить обратную связь на основе своих ответов и мотивирует их повысить свои результаты.

Геймификация – это концепция применения игровых элементов и механик в неигровых контекстах, включая образовательные процессы. Она позволяет превратить обучение в игру, создавая стимулы и мотивацию для обучающихся. Главная идея геймификации заключается в том, чтобы сделать образовательный процесс более интересным, привлекательным и вовлекающим [3].

Роль геймификации в стимулировании мотивации обучающихся состоит в том, что она позволяет создать положительную и восхищающую обучающую среду. Вот несколько основных причин, почему геймификация способствует стимулированию мотивации обучающихся:

1. Интерес и увлечение. Игровые элементы, такие как задания, достижения и рейтинги, делают образовательный процесс более интересным и захватывающим для обучающихся. Они создают дополнительный стимул и вовлекают студентов в активные действия исходя из своих целей и желаний.

2. Мгновенная обратная связь. Одна из ключевых особенностей геймификации – это мгновенная обратная связь. Обучающиеся моментально получают информацию о своих результатах и прогрессе, что позволяет им видеть свои успехи и преодолевать трудности. Это стимулирует их мотивацию для улучшения и достижения лучших результатов.

3. Конкуренция и сотрудничество. Геймификация создает возможности для соревнования и сотрудничества между обучающимися. Конкуренция может быть стимулирующей силой, которая побуждает студентов к улучшению своих результатов и достижению высоких показателей. В то же время, со-



трудничество способствует обмену идеями, опытом и поддержке между студентами, что также влияет на укрепление их мотивации.

Примеры успешной геймификации образовательных процессов:

1. Kahoot – это платформа, позволяющая создавать интерактивные викторины и опросы. Студенты могут участвовать в уроках, где им задаются вопросы, и они могут забрасывать свои ответы через свои устройства. Платформа включает геймифицированные элементы, такие как время на ответ, подсчет очков и рейтинг лучших участников. Это стимулирует студентов к активному участию и помогает им проверять свои знания.

2. Classcraft – это ролевая игра, которая используется в образовательной среде. Она превращает класс в виртуальный мир, где студенты выбирают своих персонажей и выполняют задания, чтобы зарабатывать опыт и получать награды. Игра создает мотивацию через эмоциональное вовлечение и сотрудничество между участниками.

3. Minecraft – это популярная игра, которая также может быть использована в образовательных целях. Она позволяет студентам создавать и исследовать виртуальные миры, разрабатывать проекты и решать задачи. Геймификация в Minecraft может включать создание образовательных сценариев, где студенты выполняют учебные задания, решают головоломки или работают в команде. Это делает учебный процесс более интересным и вовлекающим [4].

Персонализация образования означает предоставление обучающимся индивидуально настроенных подходов и материалов, которые соответствуют их уникальным потребностям [5]. Вот несколько причин, почему персонализация в образовании способствует повышению мотивации обучающихся:

1. Участие и ответственность. Когда обучающиеся видят, что образовательный процесс адаптирован к их потребностям и интересам, они чувствуют себя более включенными и ответственными за свое обучение. Персонализация позволяет им принимать активное участие в учебных активностях и чувствовать собственную значимость для достижения учебных целей.

2. Релевантность и интерес. Предоставление обучающимся контента, который имеет реальную значимость и связь с их собственными интересами и целями, способствует повышению их мотивации. Когда студенты видят, что учебный материал имеет непосредственное отношение к их жизни и будущим планам, они более заинтересованы в его изучении и применении в практике.

3. Индивидуальный прогресс. Персонализация образования предоставляет студентам возможности работать в собственном темпе и с учетом их индивидуальных потребностей и способностей. Это поддерживает их мотивацию, поскольку они видят свой собственный прогресс и достигают уровней успеха, адаптированных к их индивидуальным потребностям.

Примеры использования адаптивных технологий и индивидуальной настройки образовательных мате-

риалов для поддержки целевой мотивации обучающихся [6]:

1. Адаптивное обучение. Использование адаптивных образовательных платформ и программ позволяет студентам изучать материал в соответствии с их индивидуальным уровнем знаний и навыков. Такие платформы используют алгоритмы, чтобы автоматически определить уровень понимания и предлагать задания и материалы, которые соответствуют потребностям каждого студента.

2. Индивидуальная настройка заданий. Предоставление обучающимся возможности выбирать темы и виды заданий, соответствующих их интересам и предпочтениям, стимулирует их мотивацию. Например, студенту предоставляется выбор между письменной работой, презентацией или аудиозаписью для демонстрации своего понимания.

3. Оперативная обратная связь. Использование технологий, таких как онлайн-тестирование и системы мгновенной обратной связи, позволяет студентам мгновенно получать информацию о своем прогрессе и повышать свою мотивацию. Это помогает им понять, на каких аспектах им нужно сосредоточиться и в каких они уже проявляют успехи.

Анализ данных и машинное обучение играют важную роль в образовательных процессах, позволяя более глубоко понять и предсказать индивидуальную мотивацию обучающихся. Эти технологии позволяют собирать и анализировать большие объемы данных о студентах, исследовать их поведение и прогнозировать их потребности в образовательных материалах. На основе этих данных машинное обучение может предоставлять персонализированные рекомендации и подходы для поддержки и повышения мотивации студентов [7].

Примеры использования алгоритмов машинного обучения и анализа данных для повышения уровня мотивации в образовательных процессах:

1. Предсказание успеха студента. Алгоритмы машинного обучения могут анализировать различные факторы, такие как экзаменационные оценки, участие в учебных заданиях, активность на платформе и другие параметры, чтобы предсказать вероятность успеха студента. Это позволяет своевременно выявлять студентов, которым требуется дополнительная поддержка для повышения их мотивации и достижения лучших результатов.

2. Рекомендация персонализированных материалов. Функции анализа данных и машинного обучения могут предсказывать предпочтения студентов и предоставлять персонализированные рекомендации по интересующим их областям. Например, алгоритм может основываться на предыдущих выборах студента и рекомендовать ему схожие материалы, чтобы поддерживать его мотивацию и интерес к учебе.

3. Доступ к индивидуальным дашбордам. Анализ данных и машинное обучение позволяют создавать индивидуальные дашборды для студентов, где они могут отслеживать свой прогресс, видеть достижения, оценивать успехи и принимать обоснованные корректирующие решения. Это позволяет студентам



активно участвовать в своем собственном образовательном процессе и управлять своими целями и выводами.

4. Динамическое адаптивное обучение. Алгоритмы машинного обучения могут адаптировать образовательный материал, уровень сложности и порядок представления на основе ответов и прогресса студента. Это создает персонализированный и гибкий опыт обучения, который поддерживает мотивацию студента и оптимизирует его путь к достижению успеха.

Цифровой маркетинг в образовании является эффективным инструментом для стимулирования и поддержки целевой мотивации обучающихся. В данной статье были рассмотрены различные методы и средства цифрового маркетинга, которые можно применять в образовательных процессах. Следует отметить, что социальные медиа, в настоящее время, являются одним из ключевых инструментов для создания образовательных ресурсов. Они позволяют создавать привлекательную учебную среду и взаимодействие с обучающимися через различные платформы, такие как Facebook, Instagram, YouTube и LinkedIn. Примеры успешного использования данных платформ показывают, какие возможности они предоставляют для активизации учебной деятельности и формирования мотивации. Также важными являются интерактивные онлайн-инструменты, которые создают учебную среду, где обучающиеся могут активно участвовать в процессе обучения. Это включает вебинары, онлайн-курсы и тесты. Популярные платформы, такие как Zoom, Coursera и Quizlet, предоставляют возможности для повышения мотивации и эффективной передачи знаний. Геймификация образовательных процессов также является эффективным методом стимулирования мотивации обучающихся. Использование приложений и платформ, таких как Kahoot, Classcraft и Minecraft, позволяет создавать игровые элементы в образовательном процессе, что способствует активному участию и повышению интереса к изучаемым предметам. Персонализация образования является еще одним важным аспектом. Модифицированный подход к образовательным материалам и адаптивные технологии позволяют учитывать индивидуальные потребности обучающихся и создавать персонализированную обучающую среду. Это помогает поддерживать мотивацию и эффективность обучения. Наконец, анализ данных и машинное обучение

предоставляют возможности для понимания индивидуальной мотивации обучающихся и предоставления персонализированных рекомендаций. Применение алгоритмов машинного обучения и анализа данных позволяет определить, какие методы и подходы наиболее эффективны для стимулирования мотивации и достижения успеха в образовательном процессе. В целом, цифровой маркетинг для формирования и поддержки целевой мотивации обучающихся в образовательных процессах предлагает широкий спектр возможностей. Использование социальных медиа, интерактивных онлайн-инструментов, геймификации, персонализации образования, анализа данных и машинного обучения способствует созданию образовательных сред, где обучающиеся могут проявить активность, интерес и мотивацию к обучению. Это в конечном итоге повышает качество образования и способствует достижению успеха.

Литература

1. Khan, B. H., & Chao, T. C. (2020). Handbook of Research on Emerging Trends and Technologies in Marketing Robots for the Digital Transformation of Education. IGI Global.
2. Dicheva, D., Dichev, C., Agre, G., & Angelova, G. (2015). Gamification in Education: A Systematic Mapping Study. *Journal of Educational Technology & Society*, 18(3), 75-88.
3. Prensky, M. (2017). The Role of Digital Game Based Learning in the Motivation of Students in the Classroom. *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, 26(2), 115-122.
4. Hamari, J., Koivisto, J., & Sarsa, H. (2014). Does Gamification Work? - A Literature Review of Empirical Studies on Gamification. In *Proceedings of the 47th Hawaii International Conference on System Sciences*.
5. Voskoglou, M., & Zafiri, E. (2018). E-Marketing in Education through Digital Transformation. *International Journal of Digital Marketing and Research*, 4(2), 32-44.
6. Pappas, C., & Giannakos, M. N. (2017). Addressing the Problem of Learner Motivation in MOOCs. *Electronic Journal of e-Learning*, 15(2), 159-170.
7. Karsenti, T., & Collin, S. (2016). The Impact of Information and Communication Technologies on Pedagogical Practices and Student Success in Secondary Schools. In *Communications in Computer and Information Science* (Vol. 667, pp. 26-37). Springer.

METHODS AND TOOLS OF DIGITAL MARKETING FOR FORMING AND SUPPORTING TARGET MOTIVATION OF STUDENTS IN EDUCATIONAL PROCESSES

A.S. Kupreichyk, V.N. Komlichenko, L.A. Snopok

Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics, Minsk, Belarus, kuprejickaleksandra@gmail.com

Abstract. This article discusses the methods and tools of digital marketing that are applied to shape and maintain the target motivation of learners in educational processes. The significance of content personalization, gamification, the use of social media, and multimedia materials is explored. Examples of successful utilization of adaptive technologies and individual customization of educational materials to support student motivation are provided. The importance of data analysis and machine learning for understanding the individual interests of learners and providing personalized recommendations is highlighted. Overall, the article emphasizes the role of digital marketing methods and tools in enhancing student motivation and improving the educational environment.

Keywords. Digital marketing, target motivation, students, educational processes, personalized content, gamification.