Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования
«Белорусский государственный университет
информатики и радиоэлектроники»

УДК 004.77:378

Кривенкова
Мария Андреевна

SMM-стратегия продвижения услуг в сфере образования

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание степени магистра
по специальности 7-06-0611-04 «Электронная экономика»

Научный руководитель
Князькова Вероника Святославовна,
кандидат экономических наук,
доцент

Минск 2026

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы определяется трансформацией маркетинговой среды в условиях цифровизации и усиления конкуренции на образовательном рынке. В современных условиях основная часть целевой аудитории зачастую формирует свое образовательное поведение на основе цифрового контента, размещаемого в социальных сетях и мессенджерах.

Услуги в сфере образования относятся к категории доверительных, «невидимых» продуктов, где потребительская оценка результата часто возможна лишь постфактум, после завершения обучения. SMM-инструментарий позволяет частично компенсировать эту неопределенность за счет демонстрации экспертного контента, кейсов, отзывов выпускников, материалов с занятий и обратной связи, что повышает доверие и снижает субъективный риск для потенциальных клиентов. В этих условиях SMM-стратегия становится инструментом, позволяющим обозначить уникальные преимущества услуги в сфере образования, выстроить дифференцированное позиционирование и укрепить узнаваемость бренда на фоне аналогичных предложений. В этих условиях актуальным становится исследование и систематизация SMM-стратегий продвижения услуг в сфере образования с целью выработки рекомендаций, способствующих повышению узнаваемости учреждений, формированию лояльного сообщества и росту конкурентоспособности на рынке услуг в сфере образования.

Теоретико-методологическую базу вопросов SMM-стратегии продвижения услуг в сфере образования формируют труды таких исследователей, как: Ф. Котлер, Ж. Ж. Ламбен, Е. В. Кремень, Д. Халилов, Л. Вебер, В. Чернец, А. В. Ржеусский, М. Далворт, Д. Аакер, Л. Кортленд, В. А. Степанов и др.

Исходными данными для разработки темы являются: монографии ведущих специалистов в области SMM-стратегии продвижения услуг (И. Л. Акулич, Л. Одден, К. Броган, Л. А. Данченок и др.), научные статьи в профильных изданиях, данные Национального статистического комитета Республики Беларусь. В работе также использованы данные по продвижению услуг в сфере образования БГУИР.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Связь работы с научными программами (проектами), темами. Диссертация соответствует тематике научных исследований кафедры

менеджмента Белорусского государственного университета информатики и радиоэлектроники. Тема магистерской диссертации соответствует Приоритетным направлениям научной, научно-технической и инновационной деятельности на 2026–2030 годы, утвержденным Указом Президента Республики Беларусь от 1 апреля 2025 г. № 135 по направлению 1 «Цифровые технологии и искусственный интеллект».

Цель, задачи, объект и предмет исследования.

Целью исследования является разработка плана мероприятий по внедрению SMM-стратегии продвижения услуг в сфере образования в Белорусском государственном университете информатики и радиоэлектроники.

Для достижения цели поставлен следующий ряд задач:

изучить теоретические основы SMM-стратегии продвижения услуг в сфере образования;

провести анализ SMM-стратегии продвижения услуг в сфере образования в Белорусском государственном университете информатики и радиоэлектроники;

разработать направления совершенствования SMM-стратегии продвижения услуг в сфере образования в Белорусском государственном университете информатики и радиоэлектроники.

Предмет исследования: SMM-стратегия продвижения услуг в сфере образования.

Объектом исследования является учреждение образования «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники».

В качестве методов при написании магистерской диссертации были использованы: системный подход, методы анализа и синтеза, сравнительно-сопоставительный анализ, контент анализ SMM каналов, анализ статистики и аналитики.

Положения, выносимые на защиту. В ходе исследований получены новые практические результаты, которые позволяют вынести на защиту следующее положение: комплексный план мероприятий по внедрению SMM-стратегии продвижения услуг в деятельность БГУИР.

Личный вклад магистранта. Весь комплекс проведенных исследований и полученных результатов в виде предложенных рекомендаций, выносимых на защиту, выполнен магистрантом лично в период учебы в магистратуре Белорусского государственного университета информатики и радиоэлектроники.

Апробация магистерской диссертации и информация об использовании ее результатов. Основные положения, результаты и выводы магистерской диссертации изложены в ряде опубликованных работ, докладывались и обсуждались на трех конференциях: Международная научно-техническая конференция «Инженерная экономика» (Минск, 2024 год), XIV Международная научно-практическая конференция «Современные тенденции и инновации в науке и производстве» (Междуреченск, 2025 г.) и 61-я научная конференция аспирантов, магистрантов и студентов БГУИР (Минск, 2025 год).

По теме магистерской диссертации имеется три публикации.

Структура и объем магистерской диссертации. Диссертация состоит из введения, общей характеристики работы, трех глав, заключения, списка использованных источников, списка публикаций автора. Работа изложена на 78 страницах. Объем, занимаемый 14 таблицами, составляет 8 страниц. Список использованных источников, изложенный на 7 страницах, включает 86 наименований. Также диссертация включает список публикаций автора, где указаны 3 авторские публикации.