

Дата поступления рукописи в редакцию: 04.06.2026 г.

Дата принятия рукописи в печать: 30.07.2026 г.

ДИВЯНИН Вячеслав Анатольевич,  
e-mail: 4990030@mail.ru

## ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ В КОММУНИКАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

**Аннотация.** Статья посвящена вопросу применения цифрового маркетинга в коммуникационной деятельности профессиональных образовательных организаций. В статье рассматривается актуальность и целесообразность использования инструментов цифрового маркетинга в коммуникационной деятельности профессиональных образовательных организаций. Также представлен комплекс коммуникационных мероприятий цифрового маркетинга, который может использоваться в коммуникационной деятельности профессиональных образовательных организаций.

**Ключевые слова:** маркетинговые коммуникации, цифровой маркетинг, инструменты маркетинговых коммуникаций, интернет-маркетинг, коммуникационная деятельность.

*DIVYANIN Vyacheslav Anatolyevich*

## DIGITAL MARKETING IN THE COMMUNICATION ACTIVITIES OF PROFESSIONAL EDUCATIONAL ORGANIZATIONS

**Annotation.** This article addresses the application of digital marketing within the communication activities of professional educational organizations. It examines the relevance and advisability of utilizing digital marketing tools in this context. Additionally, the article presents a set of digital marketing communication activities suitable for implementation by professional educational organizations.

**Key words:** marketing communications, digital marketing, marketing communication tools, internet marketing, communication activities.

**С**овременный маркетинг претерпевает значительные изменения, уступая место цифровизации. В эпоху бурного развития цифровых технологий образовательные организации вынуждены оперативно перестраиваться, чтобы соответствовать новым реалиям. Традиционные методы постепенно теряют свою актуальность, уступая место инновационным цифровым подходам. В связи с этим особую актуальность приобретает вопрос о внедрении цифрового маркетинга в коммуникационную деятельность профессиональных образовательных организаций.

Интернет стал неотъемлемой частью нашей жизни. Сегодня практически каждый человек использует его, что открывает перед образовательными организациями широкие возможности для взаимодействия с целевой аудиторией. Интернет как коммуникационный канал обладает высокой интерактивностью, позволяя эффективно работать с различными группами целевой аудитории, передавать информацию и получать обратную связь. Он также отличается мгновенностью, доступностью и возможностью общения между людьми на больших расстояниях. Интернет не только способствует повышению эффективности программ маркетинговых коммуникаций, но и позволяет организовывать коммуникационные мероприятия с минимальными затратами.

Цифровой маркетинг представляет собой ис-

пользование цифровых инструментов для продвижения, охватывая все этапы взаимодействия с клиентами. В отличие от интернет-маркетинга, он включает не только онлайн-каналы, но и офлайн-платформы. Например, это могут быть светодиодные экраны на зданиях, мобильные приложения, SMS-рассылки или QR-коды.

В настоящее время цифровой маркетинг считается одним из самых эффективных инструментов для достижения коммерческих целей. Он помогает минимизировать неэффективные расходы и существенно экономить бюджет. Цифровой маркетинг, в отличие от многих традиционных инструментов, отличается большей доступностью.

В научной среде недостаточно внимания уделяется изучению применения цифрового маркетинга в коммуникационной деятельности профессиональных образовательных организаций. В рамках данной статьи предлагается проанализировать целесообразность и актуальность использования цифрового маркетинга в коммуникационной деятельности образовательных организаций, а также определить, какие инструменты цифрового маркетинга могут быть включены в программу маркетинговых коммуникаций. Автор считает, что цифровой маркетинг должен стать неотъемлемой частью коммуникационной политики профессиональных образовательных организаций. Автором рекомендуется рассмотреть возможность интегра-

ции широкого спектра инструментов цифрового маркетинга в программу маркетинговых коммуникаций, поскольку цифровые технологии играют всё более значимую роль в жизни людей, и образовательные организации должны использовать цифровое пространство для взаимодействия с целевой аудиторией. Исследование, представленное в источнике [2] показало, что «использование цифровых маркетинговых инструментов и постоянный контроль за эффективностью сайта позволяют современным университетам выдерживать высокую конкуренцию на рынке».

В условиях стремительной трансформации образовательного пространства под влиянием цифровых технологий, потенциальные потребители (абитуриенты, студенты и их родители) активно используют интернет для поиска и оценки профессиональных образовательных организаций. Это требует реализации маркетинговых коммуникаций через различные онлайн-каналы, включая официальный сайт, социальные сети, поисковые системы, специализированные сайты и интернет-СМИ. Профессиональные образовательные организации могут применять разнообразные цифровые инструменты, такие как контент-маркетинг, SEO-продвижение, SMM, интернет-рекламу, работу с репутацией и отзывами (ORM-маркетинг) и другие. Использование интернет-ресурсов не только привлекает внимание целевой аудитории, но и обеспечивает эффективное взаимодействие с ней. Образовательные организации могут демонстрировать свои достижения в области образования и науки, что делает онлайн-каналы ключевым элементом их маркетинговой стратегии.

Интернет стал основным инструментом для поиска образовательных организаций. Родители всё чаще используют интернет для получения информации о колледжах и вузах, вместо того чтобы

посещать их лично, как это было ранее. Это подчёркивает необходимость активного присутствия профессиональных образовательных организаций в виртуальном пространстве, чтобы охватить как текущую, так и потенциальную аудиторию. Родители ожидают получить полную информацию об образовательной организации в интернете, включая описание образовательных программ, квалификацию преподавателей, стоимость обучения, учебный план, расписание занятий и внеклассные мероприятия. Таким образом, интеграция образовательных организаций в цифровое пространство и создание качественного онлайн-присутствия являются ключевыми элементами их коммуникационной стратегии.

Применение цифрового маркетинга в коммуникационной деятельности профессиональных образовательных организаций является актуальным и целесообразным, поскольку их целевая аудитория — это молодые люди, активно использующие современные цифровые технологии. Это требует адаптации коммуникационных мероприятий к цифровому формату. В условиях цифровой трансформации и быстрого развития интернет-технологий, цифровой маркетинг становится ключевым инструментом для эффективного взаимодействия с целевой аудиторией, обеспечивая высокую степень персонализированности и релевантности информации. Это также позволяет оптимизировать использование бюджета, что делает цифровой маркетинг важным элементом коммуникационной стратегии профессиональных образовательных организаций.

Представим комплекс коммуникационных мероприятий цифрового маркетинга, который может использоваться в коммуникационной деятельности профессиональных образовательных организаций (см. Рисунок 1).

Рисунок 1. Коммуникационные мероприятия цифрового маркетинга в коммуникационной деятельности профессиональных образовательных организаций

|                                                   |                                                              |
|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| Коммуникационные мероприятия цифрового маркетинга | Веб-сайт                                                     |
|                                                   | Контекстная, таргетированная, баннерная реклама, ретаргетинг |
|                                                   | Контент-маркетинг                                            |
|                                                   | SEO-продвижение                                              |
|                                                   | SMM                                                          |
|                                                   | Email-маркетинг, SMS-рассылки, рассылки через мессенджеры    |
|                                                   | Чат-бот-маркетинг/виртуальный помощник                       |
|                                                   | Мобильный маркетинг                                          |
|                                                   | Работа с репутацией и отзывами (ORM-маркетинг)               |
|                                                   | Партизанский маркетинг в интернете                           |

Для эффективного проведения коммуникационных мероприятий в сфере цифрового маркетинга необходимо применять комплексный подход. Контекстная реклама, например, позволяет оперативно привлечь внимание тех, кто интересуется образовательными программами или конкретными образовательными организациями. В свою очередь, ретаргетинг дает возможность спустя время продемонстрировать рекламные баннеры пользователям, которые уже посещали сайт образовательной организации. Если человек прошел пробные уроки и оставил свои контактные данные, можно использовать email-рассылки, мессенджеры и другие каналы для дальнейшего взаимодействия.

Многие профессиональные образовательные организации пока не используют все возможности цифрового маркетинга для эффективной коммуникации, несмотря на то, что специалисты отмечают его высокую результативность. Согласно [1], значительная часть высших учебных заведений не имеет достаточного опыта в применении современных методов цифрового маркетинга для повышения узнаваемости своего бренда.

Итак, цифровой маркетинг играет ключевую роль в повышении эффективности коммуникационной деятельности профессиональных образовательных организаций. Он помогает привлечь новых обучающихся, создать позитивный имидж и укрепить связи с выпускниками и партнёрами.

Для достижения этих целей важно разрабатывать и реализовывать комплексную стратегию цифрового маркетинга, применяя разнообразные инструменты и каналы маркетинговых коммуникаций. Разработка и реализация эффективных мероприятий цифрового маркетинга способствует повышению эффективности коммуникационной деятельности профессиональных образовательных организаций.

#### Список литературы:

[1] Юдина В.А., Танина М.А., Бондаренко В.В. Развитие цифровых маркетинговых технологий продвижения образовательных услуг российских вузов в условиях глобальных трансформаций // Вестник университета. 2022. № 5. С. 71–78.

[2] Кучерявенко С.А. 2025. Цифровой маркетинг и контроль за эффективностью онлайн-платформы университета. Экономика. Информатика, 52(1): С. 56–65.

#### References:

[1] Yudina V.A., Tanina M.A., Bondarenko V.V. Development of digital marketing technologies for promoting educational services of Russian universities in the context of global transformations // University Bulletin. 2022. No. 5. pp. 71–78.

[2] Kucheryavenko S.A. 2025. Digital marketing and monitoring the effectiveness of the university online platform. Economy. Computer Science, 52(1): P. 56–65.

