

УДК 659.4.012

**А. А. Радченко,**факультет экономики, менеджмента, сервиса и туризма  
Омский государственный педагогический университет, Омск  
Научный руководитель: канд. биол. наук, доцент Е. В. Алексеенко

## Цифровой маркетинг и трансформация образовательных услуг

Цифровые технологии трансформируют современное образование, внедряя в процесс обучения новые методы получения знаний и навыков. Массовые открытые онлайн курсы получают широкое распространение во всем мире и оказывают трансформативное воздействие на рынок образовательных услуг. Являясь уникальным маркетинговым средством, источником получения бесплатных, качественных образовательных услуг, MOOK представляют угрозу для традиционных вузов. Не смотря на это, активно развиваются, создают возможности не только качественного обучения студентов, но и являются средством продвижения традиционных образовательных программ.

**Ключевые слова:** цифровой маркетинг высшее образование, онлайн курсы, образовательные услуги.

**В** условиях постиндустриального мира, в экономике которого преобладает инновационный сектор с высокопроизводительной промышленностью, с высокой долей в ВВП высококачественных и инновационных услуг, а также более высокой долей населения, занятого в сфере услуг, важной и движущей силой экономики является индустрия знаний. Главным интенсивным фактором прогресса постиндустриального общества является человеческий капитал, который находится в постоянном развитии и освоении новых компетенций в рамках модели непрерывного образования. В связи с этим спрос на образовательные услуги растет с каждым годом, но возможностей университетов недостаточно для того, чтобы удовлетворить массовый спрос на качественное профессиональное образование. Актуальным решением в данном случае является создание массовых открытых онлайн-курсов (MOOK), разрабатываемых ведущими мировыми центрами компетенций. Как многие инновации, концепция массовых открытых онлайн-курсов может восприниматься как угроза традиционным моделям обучения. Однако зачастую бизнес-угрозы являются одновременно и новыми возможностями. Цель данной статьи заключается в обосновании возможностей, которые развитие MOOK предоставляет для традиционных вузов и рассмотрение того, как цифровые технологии трансформируют рынок образовательных услуг [1].

Понятие цифрового маркетинга включает в себя ряд определений, связанных с продвижением

в сети Интернет. Общее понимание термина «цифровой маркетинг» — это использование всего комплекса цифровых каналов, через которые продвигается бренд, компания, продукт или привлечение внимания аудитории. Сточки зрения бизнеса цифровой маркетинг — это масштабирование, продвижение продукта или услуги на рынок путем информационно-коммуникационных технологий и электронных устройств.

Возвращаясь к цели статьи, следует отметить, что цифровые технологии способны трансформировать продукт как частично, так и полностью. Например, продукт может полностью перейти в цифровую форму, в случае информационных услуг, услуг связи, развлечений, СМИ, финансовых и консультационных услуг и т. д. А также частично, как например, в сфере производства продуктов, где единственной функцией цифровых технологий является продвижение товара. Образование, как отрасль, в котором все содержание может быть переведено в цифровую форму, особенно трансформировалось и привело к появлению совершенно новых бизнес-моделей, в особенности массовых открытых онлайн-курсов. Их появление заставляет вузы менять собственный бизнес и учиться использовать MOOK в системе цифрового маркетинга. Конечно, нельзя говорить о том, что все обучение, все образовательные программы могут переместиться в онлайн, вузы реализующие программы электронного дистанционного образования зачастую сталкиваются со многими трудностями. Тем не менее, для всех образовательных органи-

заций необходимым элементом является расширение своих продуктов за счет цифровых сервисов. Например, в ОмГПУ существует электронная информационно-образовательная среда в состав которой входит образовательный портал, официальный сайт, электронные библиотечные системы и базы данных, электронный портфолио, а также портал открытого образования, где размещаются электронные курсы, созданные преподавателями ОмГПУ по технологии массовых открытых онлайн-курсов. Все эти платформы, помогают потребителям образовательных услуг, студентам, абитуриентам профессионально развиваться, получать новые знания или же иметь доступ к необходимой информации о вузе, факультетах и т. д. В свою очередь, университеты получают доступ к более широкой потенциальной аудитории, но одновременно оказываются и в условиях гораздо более высокой конкуренции [2].

Трансформация процесса обучения или «цифровизация» образовательного процесса возникает по той причине, что современному поколению более важным является изображение информации, а не использование текстов. Современный студент имеет ряд особенностей, которые трансформируют рынок образовательных услуг. Во-первых, наиболее приемлемым для него является обучение, основанное на практическом применении навыков, знаний, логике — иными словами обучение представляется эмпирическим. Во-вторых, очень важным является облегчение процесса освоения знаний, традиционные лекции с пассивным участием студентов уходят на второй план, а общение, обмен знаниями и нестандартные методы обучения на первый. В-третьих, современный студент ценит свое личное пространство и время, поэтому актуальным является дистанционное обучение.

Воздействие цифровых технологий на образование является многогранным и весьма широким, наибольшее трансформационное воздействие, по видимому, оказывает появление и развитие с 2008 г. массовых открытых онлайн-курсов. MOOK являются дистанционными программами обучения, основными характеристиками которых является их открытость для всех желающих и бесплатность основного содержания курса. MOOK реализуются через такие платформы как: «Coursera» — платформа, которая является первопроходцем и «лицом» MOOK-движения, организация основана в 2012 г. профессором компьютерных наук Стэнфордского университета; «Академия Хана» — также достаточно известный проект, который в свое время стал одним из первых, подошедших к вопросам образования с точки зрения интерактивности и гей-

мификации. К числу российских MOOK-платформ можно отнести «Лекториум» — бесплатный онлайн-каталог с видеозаписями лекций преподавателей российских вузов и «Универсариум» — межвузовская площадка электронного образования. Таким образом, платформы являются инновацией на рынке образовательных услуг, они дают возможность своим потребителям получить качественное образование от ведущих университетов мира.

Стоит сказать о том, что MOOK-платформы представляют для традиционных университетов как новые возможности, так и угрозу. Угроза онлайн-курсов состоит в том, что у потенциальных клиентов появляется возможность получить бесплатное образование и сертификаты от ведущих вузов мира. Но в то же время, формирует принципиально новую конкурентную ситуацию для многих университетов. Если говорить о новых возможностях, которые MOOK представляет для образовательных организаций, то стоит отметить тот факт, что формируют новый тип инструментов цифрового маркетинга. MOOK может выступать в качестве канала маркетингового продвижения. Так, крупные ИТ-компании, такие как Google, Yandex, Amazon и др., принимают участие в разработке массовых онлайн курсов, тем самым могут способствовать усилению и развитию бренда, массовому развитию навыков и компетенций, которые в отдаленной перспективе повлияют на спрос и определенные продукты и услуги. Впрочем, основной маркетинговый интерес проявляют образовательные организации. Поговорим, о тех маркетинговых возможностях, которые MOOK могут представлять сферы образования. Во-первых, это брэндинг. В условиях высокой конкуренции образовательных организаций, главной их миссией является поддержание репутации. MOOK являются одним из способов развития и укрепления бренда университета или другой образовательной организации, повышения его международной узнаваемости и силы. А также положительная репутация напрямую влияет на повышение цен образовательных услуг и привлечения новых талантливых абитуриентов. Во-вторых, маркетинговой возможностью для образовательных организаций является генерация дохода. Как я уже отмечала, MOOK по определению, являются бесплатными курсами, но в действительности они могут выступать в качестве самостоятельного источника дохода. Например, получение сертификатов может быть платным, дополнительных услуг или же вариант когда онлайн курсы выступают в роли «ознакомительной версии» полноценного образовательного продукта, призванный заинтересовать клиента и убедить

его в высокой ценности платной программы обучения. И в третьих, возможностью является поддержка потребителей. Наличие такой поддержки напрямую влияет на удовлетворенность клиентов и их готовность оплачивать сертификаты или дополнительные услуги.

Таким образом, в современной системе образования происходит трансформация базовых образовательных моделей путем внедрения цифровых технологий, таких как платформы массовых открытых онлайн-курсов. MOOK одновременно могут выступать как самостоятельным образовательным продуктом, так и средством продвижения традиционных образовательных программ. Являясь угрозой для традиционного образования, MOOK в то

же самое время предоставляют новые возможности для цифрового маркетинга. Являясь самостоятельным продуктом, непосредственно создающим ценность для потребителя, MOOK одновременно может выступать средством продвижения традиционных образовательных программ. Однако реализация этой возможности требует тщательной разработки маркетинговой стратегии и маркетингового комплекса, адаптированного под специфику MOOK. Так как цифровой маркетинг для образовательных организаций является общепризнанной тенденцией, он может создавать, трансформировать новые форматы и модели онлайн-образования, а также влиять на рост репутации и уровень дохода.

1. *Заворина Е. Г.* MOOC в цифровом маркетинге образовательных продуктов // Московский экономический журнал. — 2019. — № 8. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/moos-v-tsifrovom-marketinge-obrazovatelnyh-produktov> (дата обращения: 12.02.2020).

2. Цифровой университет: применение цифровых технологий в современных образовательных учреждениях. — URL: <https://www.itweek.ru/digitalization> (дата обращения: 12.02.2020).