

УДК 339.138

РАЗРАБОТКА КОНТЕНТ-СТРАТЕГИИ ДЛЯ ОНЛАЙН-ФОРУМА НЕФОРМАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «SKILLФОРМЕР»

Труничкина Мария Николаевна (Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики», г. Санкт-Петербург),

Научный руководитель – кандидат экономических наук, доцент Соловьева Д.В.
(Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики», г. Санкт-Петербург)

Работа посвящена разработке метода формирования контент-стратегий и их внедрению. Объектом проекта стал Онлайн-форум неформального образования «SkillФормер». Цель моей работы: разработать контент-стратегию для социальных сетей Онлайн-форума неформального образования «SkillФормер» на основе концепции эмоционального маркетинга.

Современная социальная ситуация – развитие технологий, трансформация рынков труда, высокая степень неопределенности, сложно организованные общественные взаимодействия и процессы – предъявляет все новые и новые требования к образовательным результатам, необходимым молодым людям для успешной социализации, интеграции в современном мире и построения собственной жизненной и профессиональной стратегии.

Неформальное образование, будучи свободным от обязательных регламентаций и стандартизаций, реализуясь на принципах добровольности и инициативы, в этом контексте является тем местом, которое быстрее всего реагирует на вызовы современности и запросы общества.

В таких условиях мало предложить интересный образовательный проект, важно проинформировать потребителя и привлечь его внимание, создать правильно выстроенную коммуникацию проекта. В условиях жесткой конкуренции грамотная контент-стратегия зачастую играет решающую роль.

Для обеспечения эффективной деятельности проекта ей необходимо учитывать особенности digital-коммуникации на ее рынке, и иметь детальную программу по продвижению своего предложения. Таким образом, в современных условиях актуальность разработки контент-стратегии не вызывает сомнения.

Для решения задач проекта был предложен авторский метод формирования контент-стратегий для инновационных образовательных проектов разных видов, на основе концепции эмоционального маркетинга.

Алгоритм включает в себя 12 шагов, объединенных в 4 этапа. Выполнение каждого из шагов в работе над стратегией контента образовательных проектов, позволяет исключить все риски ее неэффективности.

Ведущей целью, формирования контент-стратегии, которую ставят перед собой создатели проекта в разработке контент-стратегии является — привлечение аудитории к новому продукту, перевод привлеченной аудитории в статус участников онлайн-форума. а также взаимодействие с проектом в формате онлайн перед и во время реализации.

Побочными задачами выступают взаимодействие целевой аудитории и зарегистрированных участников с проектом на каналах коммуникации перед и во время реализации, а также формирование положительного образа бренда у целевой аудитории

проекта. Именно эти аспекты и позволяет охватить собой разработанный метод формирования контент-стратегий.

По итогам проведенной работы была разработана и внедрена контент-стратегия проекта. По завершению этапа внедрения были достигнуты следующие результаты: количество подписчиков увеличилось на 12,5 процентов; количество зарегистрировавшихся участников составило 725 человек; участниками проекта стали не только жители региона-организатора, но и жители 34 других регионов РФ и 5 стран; в 2 раза увеличилась статистика записей на странице ВК, подписчиками TG-канала проекта стали 300 человек с нуля; реализовано 5 специальных контент-проектов.