

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Сумський державний університет

Економічні проблеми сталого розвитку

Экономические проблемы устойчивого развития

Economical Problems of Sustainable Development



Матеріали

Всеукраїнської науково-технічної конференції студентів,
аспірантів і молодих учених, присвяченої 80-річчю
від дня народження професора Олега Балацького
(Україна, Суми, 21 – 25 квітня 2017р.)

Суми
Сумський державний університет
2017

SMM І SEO ОПТИМІЗАЦІЯ, ПРОСУВАННЯ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ЯК СПОСОБИ ПІДВИЩЕННЯ ПОПУЛЯРНІСТІ МУЗИЧНОЇ ОСВІТИ

к.е.н., асист., Летуновська Н. Є., студент Морозов М. О.

На сьогодні питання розвитку та функціонування закладів музичної освіти, зокрема дитячих, ігнорується та залишається не вирішеним. Через це постає проблема низької наповнюваності музичних шкіл та зниженні популярності музичної освіти взагалі. Авторами було проведено дослідження, у ході якого було знайдено відповіді, зокрема на такі запитання: «Чи планують батьки давати музичну освіту своїй дитині?» та «Чи вважають батьки музичну освіту актуальною?». Були отримані очікувані відповіді: більшість опитаних (близько 32%) не планують віддавати свою дитину до музичної школи; більше половини опитаних (54%) вважають музичну освіту неактуальною.

У місті Суми функціонує 4 музичні школи [1]. У кожній з них є проблеми з наповнюваністю. Якщо ще в 2009-2011 рр. конкурс при вступі в школу був 5 чоловік на одне місце, то у теперішній час – лише 2-3 чоловіки на місце [2].

Як інструменти для підвищення популярності музичних шкіл у місті та в цілому в Україні, автори пропонують SEO і SMM оптимізацію. Так, деякі дитячі музичні школи у м. Суми мають власні сайти, але вони оптимізовані на недостатньому рівні, не є популярними серед інтернет-користувачів. За допомогою SEO оптимізації можливо підвищити конверсію сайтів, що покращить зворотну реакцію їх відвідувачів. Ті заклади музичної освіти, які не мають власного сайту, втрачають клієнтів, адже виникає складність у знаходженні цих закладів жителями міста та приїжджими.

Через велику популярність телевізійних шоу, зв'язаних з музикою, велика увага музичній культурі приділяється у соціальних мережах. Багато популярних груп у «Вконтакті» та у «Facebook» рекламують поряд із такими телешоу також і різні мистецькі студії, проте музичні школи залишаються без рекламної підтримки. Щоб виправити це, автори пропонують налаштувати SMM оптимізацію сайту, а також використовувати просування у соціальних мережах власних груп, присвячених тій чи іншій музичній школі. Такі групи користуються попитом у дуже обмеженого кола людей – учнів цих музичних закладів та їх батьків, та навіть у періоди набору перед навчальним роком ці групи не займаються розповсюдженням інформації, як це роблять ті ж студії музичної або мистецької освіти. Завдяки SMM оптимізації та рекламі у популярних групах у соціальних мережах, особливо у періоди набору учнів, можна досягти більшого потоку клієнтів, більшого резонансу серед

населення і, як результат, більш серйозного конкурсу при вступі до цих закладів.

Отже, заклади музичної освіти у м. Суми мають широкий спектр можливостей для популяризації музичної освіти серед населення через Інтернет. Створення та оптимізація сайту, реклама у соціальних мережах – це основні інструменти, які допоможуть популяризувати музичну освіту у місті.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Інтернет-портал «ProstoBABY. Финансовый гид для родителей» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.prostobaby.com.ua/spravochniki/razvitie_detey/39/2.

2. Інтернет-портал «Остров» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ostro.org/general/culture>.

МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ, ЩО СПРИЯЮТЬ ПІДВИЩЕННЮ РІВНЯ ПОІНФОРМОВАНOSTІ СТУДЕНТІВ ЩОДО РОБОТИ ПРОФСПІЛКОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

к. е. н., асист., Летуновська Н. Є., студент Писаренко К. О.,

За останній час значно зменшилася кількість студентів, які отримують стипендію, зростають ціни на комунальні послуги та транспорт, збільшується вартість квитків на розважальні заходи тощо. У такій ситуації зростає актуальність діяльності профспілкових організацій, зокрема в рамках навчальних закладів. Саме від їх роботи залежить, яким чином будуть вирішуватися проблеми студентів. Проблемою залишається те, що значна кількість студентів не поінформована про різні аспекти роботи профспілок та не користується перевагами від членства у них.

У період з 6 по 8 березня 2017 р. авторами було проведено дослідження, у ході якого 160 студентам Сумського державного університету було поставлено низку запитань щодо діяльності профспілкової організації СумДУ, що стосувалися переважно того, чи користуються студенти перевагами профспілкової організації; якщо ні, то чому; як саме вони дізнаються про існуючі можливості члена профспілкової організації. Цікаво, що близько 40% опитаних отримують інформацію про існуючі пропозиції профспілкової організації через профорга групи, 24,4% – через соціальні мережі, 8,8% – через агітаційні заходи, а 23,1% – узагалі не знають про роботу профспілкової організації.

Існує реальна необхідність у підвищенні вмотивованості студентів до вступу в профспілкову організацію, покращанні їх лояльності, заохоченні та