



УДК 339.138

DOI 10.52575/2687-0932-2025-52-1-56-65

Цифровой маркетинг и контроль за эффективностью онлайн-платформы университета

Кучерявенко С.А.

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, 85

kucheryavenko_s@bsuedu.ru

Аннотация. Актуальность данной проблематики обусловлена стремительно развивающимися цифровыми технологиями, наличие качественного и эффективного сайта современной образовательной организации стало критически важным условием. Официальный сайт университета служит не только источником информации, но и онлайн-платформой, позволяющей привлекать потенциальных студентов, продвигать образовательные продукты и услуги, поддерживать связи с выпускниками и индустриальными партнерами, а также демонстрировать достижения университета. Целью данной работы является исследование эффективности сайта университета с точки зрения его роли в привлечении и удержании целевой аудитории, а также выявление путей его дальнейшего совершенствования через использование современных методов цифрового маркетинга. Информационно-аналитической базой исследования выступила поисковая система eLibrary.Ru, официальные сайты 4 авторитетных университетов-конкурентов Белгородской области, программно-методический комплекс VIKON, программное обеспечение Яндекс Вордстат, сервис аналитики Яндекс.Метрика. В статье представлены результаты оценки конкурентоспособности веб-сайтов основных образовательных организаций регионального рынка образовательных услуг и продуктов высшей школы Белгородской области, обоснована необходимость формирования эффективной маркетинговой стратегии продвижения и развития университета и внедрения процедур маркетингового контроля в образовательных организациях высшей школы для обеспечения конкурентоспособности. Полученные результаты могут быть интересны в рамках разработки и корректировки маркетинговой стратегии или политики в области маркетинга образовательной организации высшей школы.

Ключевые слова: образовательный рынок, рынок образовательных услуг, маркетинг, маркетинговая деятельность, цифровой маркетинг, маркетинговый контроль, маркетинговая стратегия, образовательная организация высшей школы, образовательная организация высшего образования, вуз, университет

Для цитирования: Кучерявенко С.А. 2025. Цифровой маркетинг и контроль за эффективностью онлайн-платформы университета. *Экономика. Информатика*, 52(1): 56–65. DOI 10.52575/2687-0932-2025-52-1-56-65

Digital Marketing and Monitoring the Effectiveness of the University's Online Platform

Svetlana A. Kucheryavenko

Belgorod State National Research University

85 Pobedy St, Belgorod 308015, Russia

kucheryavenko_s@bsuedu.ru

Abstract. The relevance of the study is explained by rapidly developing digital technologies requiring that a high-quality and effective website should be crucial for a modern educational institution. The official website of the university serves not only as a source of information, but also as an online platform that allows attracting potential students, promoting educational products and services, maintaining contacts with graduates and industrial partners, and demonstrating achievements. The purpose of this work is to study the effectiveness of the university website in terms of its role in attracting and retaining the target audience, as well as to identify ways to further improve it through the use of modern digital marketing methods. The information and

© Кучерявенко С.А., 2025

analytical base of the study was the eLibrary.Ru search engine, the official websites of four top competing universities of the Belgorod region, the VIKON software and methodological complex, Yandex Wordstat software, and the Yandex.Metrica analytics service. The article presents the results of assessing the competitiveness of websites of the main educational institutions in the regional market of educational services and products of higher education. The author substantiates the need to build an effective marketing strategy for promoting and developing the university, as well as for introducing marketing control procedures at higher education institutions that would ensure competitiveness. The obtained results may be used by higher education institutions for the development and adjustment of their marketing strategies or marketing policies.

Keywords: educational market, educational services market, marketing, marketing activities, digital marketing, marketing control, marketing strategy, higher education institution, university

For citation: Kucheryavenko S.A. 2025. Digital Marketing and Monitoring the Effectiveness of the University's Online Platform. *Economics. Information technologies*, 52(1): 56–65 (in Russian). DOI 10.52575/2687-0932-2025-52-1-56-65

Введение

В условиях высокой конкуренции за абитуриентов официальный сайт образовательной организации играет важную роль в привлечении потенциальных обучающихся. Оценивая конкурентоспособность сайта, можно понять, насколько он привлекателен для пользователей, удобен в использовании и предоставляет необходимую информацию о реализуемых образовательных программах, преподавателях, условиях поступления и прочем.

Официальный сайт современной образовательной организации – это лицо университета в онлайн образовательной среде. Если сайт хорошо оптимизирован под поисковые системы, имеет современный дизайн и удобный интерфейс, то вероятность того, что потенциальный студент выберет этот университет, значительно возрастает. Это способствует повышению узнаваемости бренда и укреплению его позиций на образовательном рынке [Алешина, 2021; Бондаренко, 2023; Глебов, 2023].

Анализ конкурентоспособности официального сайта университета позволяет определить, какие элементы требуют улучшения, чтобы увеличить конверсию посетителей в «заявки на обучение». Это позволяет снизить затраты на привлечение новых клиентов через рекламные каналы и повысить эффективность маркетинговых кампаний.

Конкурентоспособный веб-сайт университета должен быть удобным и интуитивно понятным для пользователей. Оценка юзабилити и функциональности сайта поможет выявить слабые места и внести необходимые коррективы, чтобы пользователи могли легко находить нужную информацию и взаимодействовать с сайтом без затруднений.

Образовательный рынок постоянно меняется, появляются новые тренды и технологии, поэтому регулярная оценка конкурентоспособности официального сайта университета позволяет оперативно реагировать на эти изменения и поддерживать актуальность контента, дизайна и функционала [Егорова, 2022; Гусарова, 2023]. Оценка конкурентоспособности включает в себя сбор отзывов и мнений пользователей о сайте. Это даёт возможность получить ценную обратную связь, которая поможет улучшить качество реализуемых образовательных программ и предоставляемых услуг и укрепить отношения с потребителями [Тарасова, 2023; Осадчая, 2024]. Поэтому маркетинговый контроль за конкурентоспособностью официального сайта современной образовательной организации является важной частью маркетинговой стратегии продвижения и развития университета, позволяющей не только привлекать больше студентов, но и повышать общую эффективность деятельности университета.

Объекты и методы исследования

Объекты исследования:

- сайт университета: основной объект изучения, включая его структуру, содержание, функциональность и пользовательский интерфейс;



- целевые группы: потенциальные студенты, обучающиеся, сотрудники и преподаватели, работодатели, индустриальные партнеры, родители и пр.;
- маркетинговые инструменты, применяемые для продвижения веб-сайта;
- показатели эффективности цифрового маркетинга и работы сайта.

Методы исследования: сравнительный анализ текущего состояния веб-сайтов современных образовательных организаций; анализ сайтов университетов-конкурентов для выявления лучших практик; анализ требований к структуре официального сайта образовательной организации в информационной сети «Интернет» и формату представления информации, экспертный метод; опросы потенциальных студентов и текущих обучающихся об удобстве навигации, полезности информации и восприятию сайта; мониторинг и анализ данных с использованием аналитических инструментов Яндекс.Метрика и Яндекс Вордстат.

Информационно-аналитической базой исследования выступила поисковая система eLibrary.Ru, официальные сайты 4 крупных авторитетных университетов-конкурентов Белгородской области, программно-методический комплекс VIKON, программное обеспечение Яндекс Вордстат, сервис аналитики Яндекс.Метрика.

Результаты исследования и их обсуждение

Основные университеты-конкуренты в Белгородской области определены после анализа следующих факторов:

- анализ реализуемых образовательных программ (сравнение их по количеству и качеству предлагаемых специальностей);
- репутация и рейтинги (рейтинги российских университетов и оценка университетов обучающимися и выпускниками через отзывы и опросы);
- научная деятельность (научные достижения каждого университета, патенты, гранты, высокоцитируемые публикации, оценка уровня научных исследований и инноваций, проводимых университетом);
- инфраструктура и условия обучения (оснащенность учебных корпусов, лабораторий, библиотек, наличие общежитий, спортивных корпусов и других объектов инфраструктуры);
- трудоустройство выпускников (статистика трудоустройства выпускников разных университетов, информация о том, насколько востребованы выпускники на рынке труда);
- преподавательский состав (квалификация преподавателей, наличие профессоров, докторов наук, опыт работы преподавателей и их участие в международных проектах);
- международное сотрудничество (наличие сетевых программ, программы обмена студентами и преподавателями, наличие соглашений между университетами);
- стоимость обучения (сравнение стоимости обучения по различным образовательным программам, доступность стипендий и грантов для студентов).

По результатам анализа этих факторов получилось выделить ведущие университеты-конкуренты в Белгородской области, веб-сайты которых далее подверглись оценке конкурентоспособности.

Оценка проводилась по 5-балльной шкале; при условии, что все функции официального сайта имеют одинаковую важность – коэффициенты важности не учитывались.

Результаты оценки качества веб-сайта ведущих образовательных организаций – конкурентов регионального рынка образовательных услуг и продуктов высшей школы Белгородской области представлены в табл. 1.

Оценка проводилась с использованием экспертного метода, экспертами выступили 500 абитуриентов и их родителей в период с 1 июля по 1 августа 2024 года. Для анализа выбраны 4 крупных авторитетных университета-конкурента Белгородской области:

- Белгородский государственный национальный исследовательский университет (НИУ «БелГУ», контингент обучающихся на начало 2024–2025 уч. года более 20 000);
- Белгородский государственный аграрный университет им. В.Я. Горина (БелГАУ им. В.Я. Горина, контингент обучающихся на начало 2024–2025 уч. года более 8 000);

- Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова (БГТУ им. В.Г. Шухова, контингент обучающихся на начало 2024–2025 уч. года более 16 000);
- Белгородский университет кооперации, экономики и права (БУКЭП, контингент обучающихся на начало 2024–2025 уч. года более 4 500).

Таким образом, НИУ «БелГУ» занял 1-е место, набрав 20 баллов, основной конкурент – БГТУ им. В.Г. Шухова – занял 4 место в рейтинге с 9 баллами. Из полученных оценок видно, что НИУ «БелГУ» не уступает университетам-конкурентам в регионе по информационной, рекламной, маркетинговой и коммуникационной функциям официального сайта. Однако перечисленные функции сайта требуют более эффективной реализации в будущем.

Таблица 1
Table 1

Оценка конкурентоспособности веб-сайтов основных образовательных организаций
регионального рынка образовательных услуг и продуктов высшей школы
Белгородской области (по состоянию на 01.08.2024)
Assessing the competitiveness of the websites of the main educational institutions
in the regional market of educational services and products of higher education
(Belgorod region, as of August 1, 2024)

Функции сайта	НИУ «БелГУ»	БГТУ им. В.Г. Шухова	БелГАУ им. В.Я. Горина	БУКЭП
Информационная	4	3	4	4
Имиджевая	5	2	4	3
Рекламная	4	1	4	3
Маркетинговая	3	2	3	3
Коммуникационная	4	1	4	2
<i>Сумма баллов</i>	20	9	19	15
<i>Ранг (место)</i>	1	4	2	3

С каждым годом роль официального сайта образовательной организации увеличивается. Ежегодно Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (Рособрнадзор) и Министерство науки и высшего образования РФ проводят мониторинг сайтов образовательных организаций на соответствие нормативным требованиям размещения на официальном сайте образовательной организации в информационно-телекоммуникационной сети Интернет и обновления информации об образовательной организации. С 2020 года проверка официального сайта образовательной организации осуществляется в рамках процедуры независимой оценки качества условий осуществления образовательной деятельности Министерством науки и высшего образования РФ и Министерством просвещения РФ.

Основные требования к структуре официального сайта образовательной организации в информационно-телекоммуникационной сети Интернет и формату представления информации определены приказом Рособрнадзора от 4 августа 2023 г. № 1493.

Обязательная структура и требования предъявляются к размещению информации в части обязательного раздела «Сведения об образовательной организации». В связи с этим возникает риск получить предписание об устранении выявленного нарушения или предостережение о недопустимости нарушения обязательных требований от контрольного (надзорного) органа.

В этой связи заслуживает внимания программно-методический комплекс VIKON как независимый инструмент для успешного прохождения мониторинга системы образования, аккредитационного мониторинга и процедур контроля и надзора. Более 95 % образовательных организаций, использующих VIKON как инструмент размещения информации на официальном сайте, попали в зелёную зону (рис. 1).

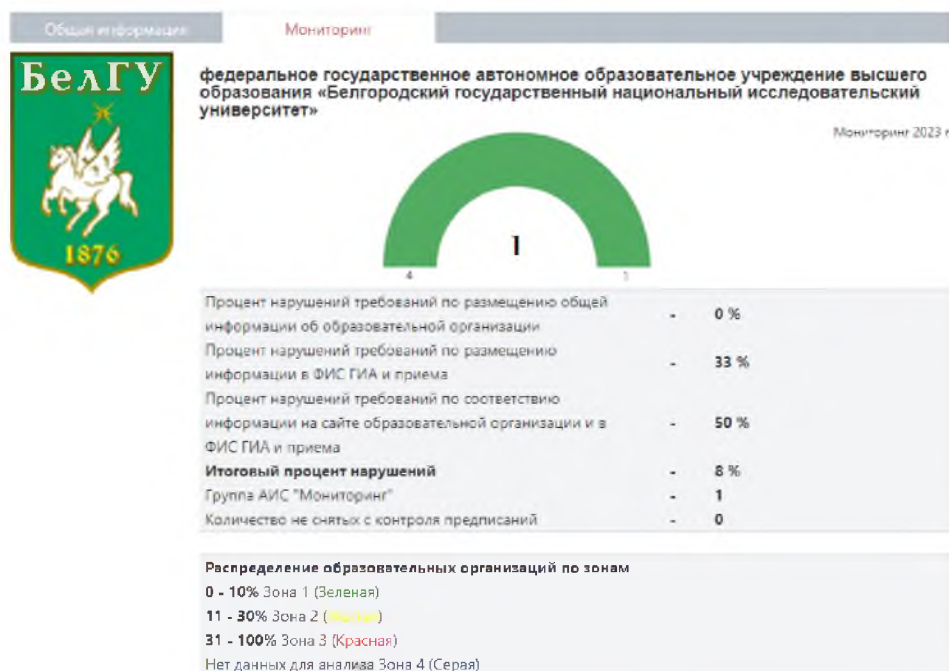


Рис. 1. Мониторинг обязательного раздела «Сведения об образовательной организации» официального сайта на примере НИУ «БелГУ» по состоянию на конец 2023 года
 Источник: <https://map.obrmadzor.gov.ru/> (дата обращения 01.12.2023 г.)

Fig. 1. Monitoring of the mandatory section "Information about the educational organization" of the official website using the example of the National Research University "BelSU" as of the end of 2023

Source: <https://map.obrmadzor.gov.ru/> (date of access 01.12.2023)

Модуль VIKON. Сведения об образовательной организации – это эффективное решение для интеграции и самопроверки информации об образовательной организации на официальном сайте в разделе «Сведения об образовательной организации» в соответствии с нормативными документами. Робот Spider VIKON сканирует раздел «Сведения об образовательной организации», дает конкретные рекомендации по исправлению выявленных нарушений, рассчитывает индексы соответствия данного раздела сайта обязательным требованиям. Заслуживает особого внимания разработанная коллективом авторов методика по анализу сайтов и механизм проверки VIKON (<https://db-nica.ru/ratings/rejting-sajtov-obrazovatelnykh-organizacij/>).

Данный модуль эффективно помогает образовательным организациям в прохождении внешних контрольно-надзорных процедур и может использоваться в рамках оперативного маркетингового контроля. Рейтинг сайтов университетов Белгородской области и их филиалов на основе поискового исследования VIKON представлен в табл. 2.

Анализ официальных сайтов в части обязательного раздела «Сведения об образовательной деятельности» производился с использованием специализированного робота Spider VIKON. В основу методики проверки заложены обязательные требования, описанные в Методических рекомендациях представления информации об образовательной организации высшего образования в открытых источниках с учетом соблюдения требований законодательства в сфере образования, разработанных в рамках исполнения Государственного контракта от 17.01.2024 № Ф-06-к-2024. Предложенные коэффициенты позволяют ранжировать образовательные организации по 5 группам (лигам). Данный инструмент не только позволяет идентифицировать позицию университета в рейтинге, но и, используя модуль VIKON при заполнении обязательного раздела «Сведения об образовательной организации», избежать предписаний, предостережений со стороны Рособнадзора, а также риска контрольных и надзорных проверок.

Таблица 2
Table 2

Рейтинг сайтов университетов Белгородской области и их филиалов
Информация представлена на основе поискового исследования VIKON
Режим доступа: <https://db-nica.ru/ratings/rejting-sajtov-obrazovatelnykh-organizacij?group=0®ion=31&vuzName=> (дата обращения 02.12.2024)
Rating of websites of universities of the Belgorod region and their branches
The information is presented based on the search research of VIKON
Access mode: <https://db-nica.ru/ratings/rejting-sajtov-obrazovatelnykh-organizacij?group=0®ion=31&vuzName=> (date of access 02.12.2024)

Лига	вуз	Сайт	J	J _{vikon}	J _{пунк}
Премьер-лига	Старооскольский технологический институт им. А.А. Угарова (филиал) «Национального исследовательского технологического университета "МИСиС"»	http://sf.misis.ru/	1	1	1
Премьер-лига	Старооскольский филиал Белгородского государственного национального исследовательского университета	https://sof.bsuedu.ru	1	1	1
Премьер-лига	Филиал Национального исследовательского технологического университета "МИСиС" в г. Губкине Белгородской области	http://gf.misis.ru	1	1	1
1	Губкинский филиал БГТУ им. В.Г. Шухова	http://gfbgtu.ru/	1	0,997	1
1	Белгородский государственный аграрный университет имени В.Я. Горина	http://belgau.ru	1	0,996	1
1	Белгородский университет кооперации, экономики и права	http://www.bukep.ru/	1	0,993	1
1	Белгородская Духовная семинария (с миссионерской направленностью) Православной религиозной организации Белгородской и Старооскольской епархии Русской Православной Церкви Московского Патриархата	http://bel-seminaria.ru/	1	0,985	1
1	Старооскольский филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный геологоразведочный университет имени Серго Орджоникидзе»	http://sofmgru.ru	1	0,983	1
2	Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова	http://www.bstu.ru/	0,987	0,956	0,987
2	Белгородский государственный национальный исследовательский университет	https://bsuedu.ru/bsu/	0,868	0,868	0,858
3	Белгородский государственный институт искусств и культуры	http://bsiik.ru/	0,686	0,686	0,675

В рамках проведённого исследования проведена научная разведка по изучению актуальности научной проблематики в условиях цифровой трансформации, исследованы интернет-запросы пользователей глобальной сети Интернет по ключевым словам «белгу» и «сайт белгу».

Анализ абсолютного и относительного изменения интенсивности и структуры запросов на примере официального сайта НИУ «БелГУ» представлен на рис. 2.



Рис. 2. Анализ запросов официального сайта НИУ «БелГУ» по данным Яндекс Вордстат за период 02.01.2023–02.02.2025. Режим доступа:

<https://wordstat.yandex.ru/?region=all&view=graph&words=%D0%B1%D0%B5%D0%BB%D0%B3%D1%83> (дата обращения 30.01.2025)

Fig. 2. Analysis of queries on the official website of Belgorod State National Research University based on Yandex Wordstat data for the period 02.01.2023–02.02.2025. Access mode: <https://wordstat.yandex.ru/?region=all&view=graph&words=%D0%B1%D0%B5%D0%BB%D0%B3%D1%83> (date of access 30.01.2025)

Динамика абсолютного и относительного изменения интенсивности и структуры запросов официального сайта НИУ «БелГУ» свидетельствует о волнообразных тенденциях за период 02.01.2023–02.02.2025, спад которых приходится на летние месяцы – сезон отпусков. Данные графика позволяют идентифицировать, что очень высокий интерес к веб-сайту университета наблюдался в сентябре 2024 года. Самый высокий индекс интереса наблюдался у пользователей из Белгорода (13 444,68 %) и Белгородской области (8 085,16 %). Такая популярность является показателем уровня заинтересованности сайтом университета в регионе.

Изменение интереса от месяца к месяцу отображается в истории запросов Яндекс Вордстат. Анализ структуры запросов свидетельствует о разноплановости запросов на официальном сайте «расписание белгу», «приёмная комиссия белгу», «пегас белгу», «деканат белгу», «почта белгу», «личный кабинет белгу», «опен белгу» и прочие. Наиболее популярной категорией запросов с высокой частотой показов является запрос «расписание белгу».

Анализ результатов исследования поисковых запросов в Яндекс Вордстат (Яндекс Wordstat) предоставляет важные данные для понимания интересов и поведения пользователей. Яндекс Вордстат является эффективным инструментом для оптимизации маркетинговых стратегий, создания релевантного контента и повышения видимости официального сайта в интернете.

Для анализа посещаемости и поведения пользователей на официальном сайте университета эффективно использовать бесплатный сервис аналитики от компании Яндекс. Яндекс.Метрика представляет обширные данные, которые помогают ответственным за сайт и маркетологам университета принимать обоснованные решения, улучшать юзабилити ресурса и повышать его эффективность.

Заключение

В целом исследование показало, что использование цифровых маркетинговых инструментов и постоянный контроль за эффективностью сайта позволяют современным университетам выдерживать высокую конкуренцию на рынке образовательных услуг и продуктов высшей школы. Цифровая образовательная среда постоянно меняется, поэтому необходимо регулярно обновлять и улучшать официальный сайт университета, внедрять цифровые инструменты маркетингового контроля и следить за изменениями в предпочтениях пользователей. Улучшение структуры веб-сайта, удобства навигации и качества контента

значительно повышают привлекательность онлайн-платформы для пользователей. Удобство сайта, информативность и доступность напрямую влияют на восприятие университета и решение пользователей воспользоваться его услугами. Регулярный маркетинговый контроль в рамках мониторинга и анализа данных о посещаемости сайта, поведении пользователей позволяет оперативно реагировать на изменения в интересах целевой аудитории и корректировать маркетинговую стратегию.

Данная статья расширяет знания в области реализации функции маркетингового контроля и является продолжением исследования маркетинговой деятельности в образовательных организациях высшей школы [Кучерявенко С.А., 2023; Кучерявенко С.А., 2024].

Список источников

- Анализ запросов официального сайта НИУ «БелГУ» по данным Яндекс Вордстат за период 02.01.2023 – 02.02.2025. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wordstat.yandex.ru/?region=all&view=graph&words=%D0%B1%D0%B5%D0%BB%D0%B3%D1%83> (дата обращения 30.01.2025)
- Белгородский государственный аграрный университет им. В.Я. Горина: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://belgau.ru/> (дата обращения 05.12.2024)
- Белгородский государственный национальный исследовательский университет: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bsuedu.ru> (дата обращения 05.12.2024)
- Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bstu.ru> (дата обращения 05.12.2024)
- Белгородский университет кооперации, экономики и права: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.buker.ru> (дата обращения 05.12.2024)
- Методические рекомендации представления информации об образовательной организации в открытых источниках с учетом соблюдения требований законодательства в сфере образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://db-nica.ru/documents/regulations/sveden/metodicheskie-rekomendaczii-2024.pdf> 05.12.2024 (дата обращения 05.12.2024)
- Рейтинг сайтов образовательных учреждений 2024 Spider VIKON. Методика проверки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://db-nica.ru/ratings/rejting-sajtov-obrazovatelnykh-organizacij?group=1®ion=31&vuzName=белгородский> (дата обращения 02.12.2024)
- Федеральный проект «Цифровая образовательная среда». Цели, задачи и перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mcoip.ru/blog/2022/02/17/federalnyj-proekt-cifrovaya-obrazovatelnyasreda-czeli-zadachi-i-perspektivy/> (дата обращения 05.12.2024)

Список литературы

- Алешина И.В. 2021. Маркетинг университета эпохи цифровой глобализации. *Вестник университета*, 1: 20–27.
- Бондаренко Ю.Н. 2023. Современные тенденции развития цифровой трансформации образования. *Вестник Российского нового университета. Серия: Сложные системы: модели, анализ и управление*, 2: 99–104.
- Глебов Г.Е., Каманин И.Е. 2023. Цифровая трансформация модели маркетингового продвижения образовательных услуг. *Ученые записки*, 2(46): 16–19.
- Гусарова М.Н., Рагимова Н. К. 2023. Проблемные аспекты применения цифровых инструментов в маркетинговых стратегиях приемных кампаний вузов. *Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки*, 5(2): 58–61.
- Егорова Д.А., Шпильман Н.И.В. 2022. Цифровая трансформация российского бизнеса с использованием искусственного интеллекта в образовательной сфере. *Экономика, предпринимательство и право*, 12: 3283–3298.
- Кучерявенко С.А. 2023. Развитие маркетингового контроля в образовательных организациях. Современные проблемы социально-экономических систем в условиях глобализации: сборник научных трудов XVII Международной научно-практической конференции, Белгород, 27 октября 2023 года. Белгород: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение



высшего образования «Белгородский государственный национальный исследовательский университет», 114–120.

Кучерявенко С.А. 2024. Эффективность маркетинговой деятельности университета через реализацию функции маркетингового контроля. *Modern Economy Success*, 1: 56–60.

Кучерявенко С.А. 2023. Маркетинговый контроль в деятельности образовательных организаций высшего образования. *Вестник Самарского государственного экономического университета*, 4(222): 72–77.

Осадчая С.М. 2024. Тренд-анализ трансформации маркетинговых форматов в системе высшего образования. *Экономика устойчивого развития*, 3(59): 139–141.

Тарасова Т.Ф., Кучерявенко С.А., Шульгина М.В. 2023. Содержание, особенности и проблемы реализации функции маркетингового контроля в современных образовательных организациях. *Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права*, 6(103): 217–224.

References

Aleshina I.V. 2021. Marketing vuza v epokhu tsifrovoy globalizatsii [Marketing of a university in the era of digital globalization]. *Vestnik universiteta*, 1: 20–27.

Bondarenko YU.N. 2023. Sovremennye tendentsii razvitiya cifrovoy transformatsii obrazovaniya [Current trends in the development of digital transformation of education]. *Vestnik Rossijskogo novogo universiteta. Seriya: Slozhnye sistemy: modeli, analiz i upravlenie*, 2: 99–104.

Glebov G.Ye., Kamanin I.Ye. 2023. Tsifrovaya transformatsiya modeli marketingovogo prodvizheniya obrazovatel'nykh uslug [Digital transformation of the educational services marketing promotion model]. *Nauchnyye zapiski*, 2(46): 16–19.

Gusarova M.N., Ragimova N.K. 2023. Problemnyye aspekty ispol'zovaniya tsifrovyykh instrumentov v marketingovykh strategiakh priyemnykh kampaniy vuzov [Problematic aspects of the use of digital tools in the marketing strategies of university admissions campaigns]. *Sovremennaya nauka: aktual'nyye problemy teorii i praktiki. Seriya: Gumanitarnyye nauki*, 5(2): 58–61.

Egorova D.A., SHpil'man N.I.V. 2022. Cifrovaya transformatsiya rossijskogo biznesa s ispol'zovaniem iskusstvennogo intellekta v obrazovatel'noy sfere [Digital transformation of Russian business using artificial intelligence in the educational field]. *Ekonomika, predprinimatel'stvo i pravo*, 12: 3283–3298.

Kucheravenko S.A. 2023. Razvitiye marketingovogo kontrolya v obrazovatel'nykh organizatsiyakh. Sovremennyye problemy sotsial'no-ekonomicheskikh sistem v usloviyakh globalizatsii [Digital transformation of Russian business using artificial intelligence in the educational field]: Sbornik nauchnykh trudov XVII Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, Belgorod, 27 oktyabrya 2023 g. Belgorod: FGAOU VO «Belgorodskiy gosudarstvennyy natsional'nyy issledovatel'skiy universitet», 114–120.

Kucheravenko S.A. 2024. Effektivnost' marketingovoy deyatel'nosti vuza cherez realizatsiyu funktsii marketingovogo kontrolya [The effectiveness of the university's marketing activities through the implementation of the marketing control function]. *Uspekhi sovremennoy ekonomiki*, 1: 56–60.

Kucheravenko S.A. 2023. Marketingovyy kontrol' v deyatel'nosti organizatsiy vysshego obrazovaniya [Marketing control in the activities of educational institutions of higher education]. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta*, 4(222): 72–77.

Osadchaya S.M. 2024. Analiz tendentsiy transformatsii formatov marketinga v sisteme vysshego obrazovaniya k 2024 godu [Trend analysis of the transformation of marketing formats in the higher education system]. *Ekonomika ustoychivogo razvitiya*, 3 (59): 139–141.

Tarasova T.F., Kucheryavenko S.A., Shul'gina M.V. 2023. Soderzhaniye, osobennosti i problemy realizatsii funktsii marketingovogo kontrolya v sovremennykh obrazovatel'nykh organizatsiyakh [Content, features and problems of implementing the marketing control function in modern educational institutions]. *Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava*, 6 (103): 217–224.

Конфликт интересов: о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

Conflict of interest: no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 05.02.2025

Поступила после рецензирования 20.02.2025

Принята к публикации 28.02.2025

Received February 05, 2025

Revised February 20, 2025

Accepted February 28, 2025



ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры управления и экономики фармации, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Svetlana A. Kucheryavenko, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management and Economy of Pharmacy, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia