

## **БРЕНДИНГ УНИВЕРСИТЕТА В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ**

Брендинг университета в цифровой среде представляет собой процесс создания, развития и продвижения бренда университета в цифровой среде.

Цифровая среда требует особенного подхода к организации коммуникаций университета с целевой аудиторией, в чем и состоит главное отличие цифрового брендинга от традиционного.

Цифровой брендинг университета включает следующие этапы:

- разработка бренда, включающая проведение маркетинговых исследований, создание концепции бренда и разработку его визуальной составляющей;
- определение тактики и стратегии продвижения бренда университета.

Особенности цифрового брендинга:

- более точный и больший охват целевой аудитории по сравнению с использованием традиционных каналов коммуникаций;
- высокая скорость реализации и распространения информации;
- возможность оперативного управления процессами и реагирования на изменения;
- получение обратной связи и активный диалог с целевой аудиторией.

Особенностью инструментов цифрового брендинга является то, что они являются инструментами основных средств цифровых маркетинговых коммуникаций. При этом их интегрированное использование способствует достижения целей цифрового брендинга.

Ключевыми цифровыми каналами коммуникаций университета с целевой аудиторией в цифровой среде являются:

- поисковые системы;
- социальные медиа;
- e-mail;
- цифровые СМИ;
- сайт университета;
- мобильные приложения.

Цифровые каналы коммуникаций университета обладают отличительными особенностями и возможностями использования средств и инструментов цифровых маркетинговых коммуникаций, позволяющих эффективнее продвигать бренд университета в цифровой среде.