

ПРИМЕНЕНИЕ ЛАТЕРАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ

Современная образовательная среда характеризуется высокой конкуренцией и быстро меняющимися потребностями абитуриентов и студентов. Сегодня латеральный маркетинг, основанный на креативных и нестандартных подходах, предлагает новые возможности для привлечения и удержания студентов.

Латеральный маркетинг – это стратегия, направленная на создание инновационных идей и решений, не применяя традиционные шаблоны мышления [3]. Вместо улучшения существующих продуктов или услуг, латеральный маркетинг фокусируется на разработке новых концепций, способных удовлетворить скрытые или неосознанные потребности потребителей.

В условиях ограниченного бюджета применение латерального маркетинга учреждениями образования актуально.

В образовательной сфере латеральный маркетинг может проявляться через внедрение уникальных программ обучения, использование современных технологий и создание нестандартных форматов взаимодействия с учащимися.

Примером применения латерального маркетинга в образовательном процессе может являться внедрение в образовательный процесс элементов геймификации и интерактивных платформ. Использование игровых элементов в обучении способствует повышению мотивации и вовлеченности студентов. Примерами успешного применения геймификации являются платформы, предлагающие баллы, значки и рейтинги за выполнение учебных заданий.

Применение персонализированных образовательных траекторий, основанных на анализе данных об успеваемости и интересах студентов, позволяет каждому учащемуся двигаться в своем темпе и изучать темы, наиболее соответствующие его целям. Это повышает эффективность обучения и удовлетворенность студентов образовательным процессом [2].

Использование возможностей социальных сетей для продвижения: видеоролики, вебинары, интерактивные стримы и онлайн-чаты – все это позволяет создать обратную связь с аудиторией. Короткие видеоформаты, популярные на платформах вроде YouTube Shorts и TikTok, помогают быстро донести ключевые идеи образовательных

проектов, привлечь внимание и повысить узнаваемость бренда учреждения. Такой подход отвечает запросам современной молодежи и способствует формированию динамичного имиджа.

Стратегии создания онлайн-сообществ для обмена опытом и знаниями – платформы в социальных сетях, специализированные форумы и образовательные порталы позволяют наладить диалог между учащимися, преподавателями и родителями. Такие сообщества способствуют не только улучшению образовательного процесса, но и формированию доверия к школам, колледжам и университетам.

Кроме того, партнерские программы с частными компаниями и некоммерческими организациями могут стать дополнительным ресурсом для развития инновационных проектов в образовании.

Таким образом, латеральный маркетинг открывает новые горизонты, в особенности, для государственной системы образования. Внедрение инновационных методов и технологий позволяет не только повысить эффективность обучения, но и создать динамичную, адаптивную и привлекательную образовательную среду.

Государственные учреждения, сумевшие интегрировать креативные подходы в свою работу, получают возможность не только соответствовать современным требованиям, но и задавать тренды в сфере образования. При этом важно помнить, что успех зависит от способности адаптироваться к изменениям, учитывать индивидуальные потребности аудитории и постоянно искать новые пути для развития.

Таким образом, латеральный маркетинг становится мощным инструментом, способствующим обновлению и модернизации системы государственного образования в условиях ограниченного бюджета, отвечая на вызовы времени и удовлетворяя ожидания современного общества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сущность и содержание понятия латеральный маркетинг [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-i-soderzhanie-ponyatiya-lateralnyu-marketing>. Дата обращения: 17.02.2025

2. Применение инструментов инновационного маркетинга в образовательной деятельности учреждений высшего образования [Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступа: <https://vestnik.guu.ru/jour/article/view/1925>. Дата обращения: 18.02.2025