

Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
Технологический университет

СБОРНИК ТРУДОВ ПО МАТЕРИАЛАМ
IV ЕЖЕГОДНОЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
«ПЕРСПЕКТИВЫ, ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ФОРМЫ
И ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАЗВИТИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА
РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ВУЗОВ»

21–22 Апреля 2016

IV INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE
“FUTURE TRENDS, ORGANIZATIONAL FORMS
AND EFFECTIVENESS OF COOPERATION DEVELOPMENT
BETWEEN RUSSIAN AND FOREIGN UNIVERSITIES”

21–22 April 2016

Научград Королев
Московской области
2016

УДК 37
ББК 74
П27

П27 «Перспективы, организационные формы и эффективность развития сотрудничества российских и зарубежных ВУЗов»
[Текст] /сборник – Королев МО: Изд-во ООО «ТРП»,
Технологический университет, 2016. – 434 с.

*При информационной поддержке Посольства Туркменистана
в Российской Федерации*

ISBN 978-5-9908406-4-5
ООО «ТРП»

© Коллектив авторов, 2016
© Технологический университет, 2016

<i>Ханжина Е. Е., Касаткин И. П., Воейко О. А.</i> Применение интеграционных процессов в управлении закупками	321
<i>Христофорова И., Петушкова Т., Малайка Э.</i> Обучение дизайну за рубежом – анализ направлений и форм подготовки	327
<i>Шумаев В. А., Морковкин Д. Е.</i> Интеграция логистических структур России	336
<i>Щигунова К. Д., Штрафина Е. Д.</i> Сравнительная характеристика образовательных порталов «Рижского технического университета» и «Технологического университета»	341
<i>Эшмурадов Д. Э., Мавлянова М. А.</i> Особенности внедрения зональной навигации в Республике Узбекистан	344
<i>Эшмурадов Д. Э., Убайдуллаев Ш., Нурмурадов А. К.</i> Оптимизация пропускной способности ВПП Наваиского аэродрома	348

СЕКЦИЯ № 2

Студенческая секция:

«Перспективы взаимодействия между вузами Туркменистана и России как части общего межгосударственного сотрудничества в гуманитарной сфере»

<i>Андреева А. А., Аниал А. В., Знамина И. Д.</i> Рейтинговые агентства и их роль в интеграционных экономических процессах	351
<i>Андреева Ю. Д.</i> Анализ реорганизации вузов в России.	355
<i>Аятова А. С.</i> Проблемы и перспективы международного образования сотрудничества Республики Казахстан	361
<i>Бердиев Р. Ж., Маякубова Наргиза</i> Проблемы социальной адаптации иностранных студентов в российском образовательном пространстве	364
<i>Будаглы Р. Б.</i> Состояние и перспективы развития международного образовательного сотрудничества на примере обучения в ГБОУ ВО МО «Технологический университет»	368
<i>Данатаров О.</i> Туркменистан – наследие древних цивилизаций	373
<i>Ибрагимов Ш.</i> Туркменистан – новая страна.	379
<i>Исаев В. Г., Михалишина Е. В., Строков Н. Ю.</i> Информационное сопровождение деятельности вуза в социальных сетях	383
<i>Карпова Н. М., Галкин С. Ю.</i> Изучение перспективных технологий ведущих мировых IT фирм в процессе обучения студентов	391

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Исаев В. Г., Михалишина Е. В., Строков Н. Ю.
Технологический университет, г. Королев, Россия

В данной статье рассказывается о том, что ужесточенная конкуренция, присуща не только на рынке товаров и услуг, также она актуальна и для сферы образования как на государственном, так и на международном уровне. Поэтому становится необходимым осуществлять поиск различных средств, способных улучшить репутацию вузов и оптимизировать управление их имиджем. Следуя из того, что основной целевой группой учебных заведений является молодежь, избегать их интересов и потребностей информационной жизни уже невозможно,

383

т.к. это может сказаться на эффективности работы вуза. Таким образом, на передний план выходит работа с социальными сетями.

Ключевые слова: маркетинг, социальные сети, образование

INFORMATION SUPPORT OF ACTIVITY OF HIGHER EDUCATION INSTITUTION IN SOCIAL NETWORKS

Isaev V. G., Mikhailishina E. V., Strokov N. Y.
University of Technology, Korolev, Russia

This article shows that the fierce competition, is inherent not only in the market of goods and services, it is also relevant for the education sector at both the national and international level. Therefore, it becomes necessary to search for a variety of tools that can enhance the reputation of universities and their optimize image management. Following from the fact that the main target group is youth education, to avoid their interests and information needs of life is no longer possible because this may affect the efficiency of the work of the university. Thus, to the fore work with social networks.

Keywords: marketing, social networking, education

В современном мире интернет, т.е. глобальная система передачи информации, посредством объединения компьютерных сетей, является неотъемлемой частью нашей жизни. Реальность, к сожалению, сменяется виртуальностью. И, следовательно, способы распространения рекламы также переходят в социальные сети, чтобы не упустить аудиторию своих потенциальных клиентов.

С каждым завтрашним днём в данной сфере появляются новые и новые проекты, помимо десятков тысяч уже существующих. Количество пользователей в социальных сетях незамедлительно возрастает, и по статистическим показателям экспертов превышает миллиард людей. Поражает и сама активность пользователей, в среднем за день один человек просматривает до сотни страниц на различных сайтах. [3] В таких условиях вполне естественен процесс внедрения маркетинговых путей в социальную жизнь. Средства массовой информации, проанализировав объём аудитории в виртуальной среде, просто не могут упустить такую золотую жилу. И вот теперь, в нашем настоящем, существуют уже не просто способы внедрения, не просто пути распространения рекламы, а существует целая наука, успешно проверенная на практике и всецело демонстрирующая свою эффективность.

Интенсивное внедрение цифровых технологий в жизнь человека, не могло обойти стороной образовательные учреждения, т.к. именно они являются главным