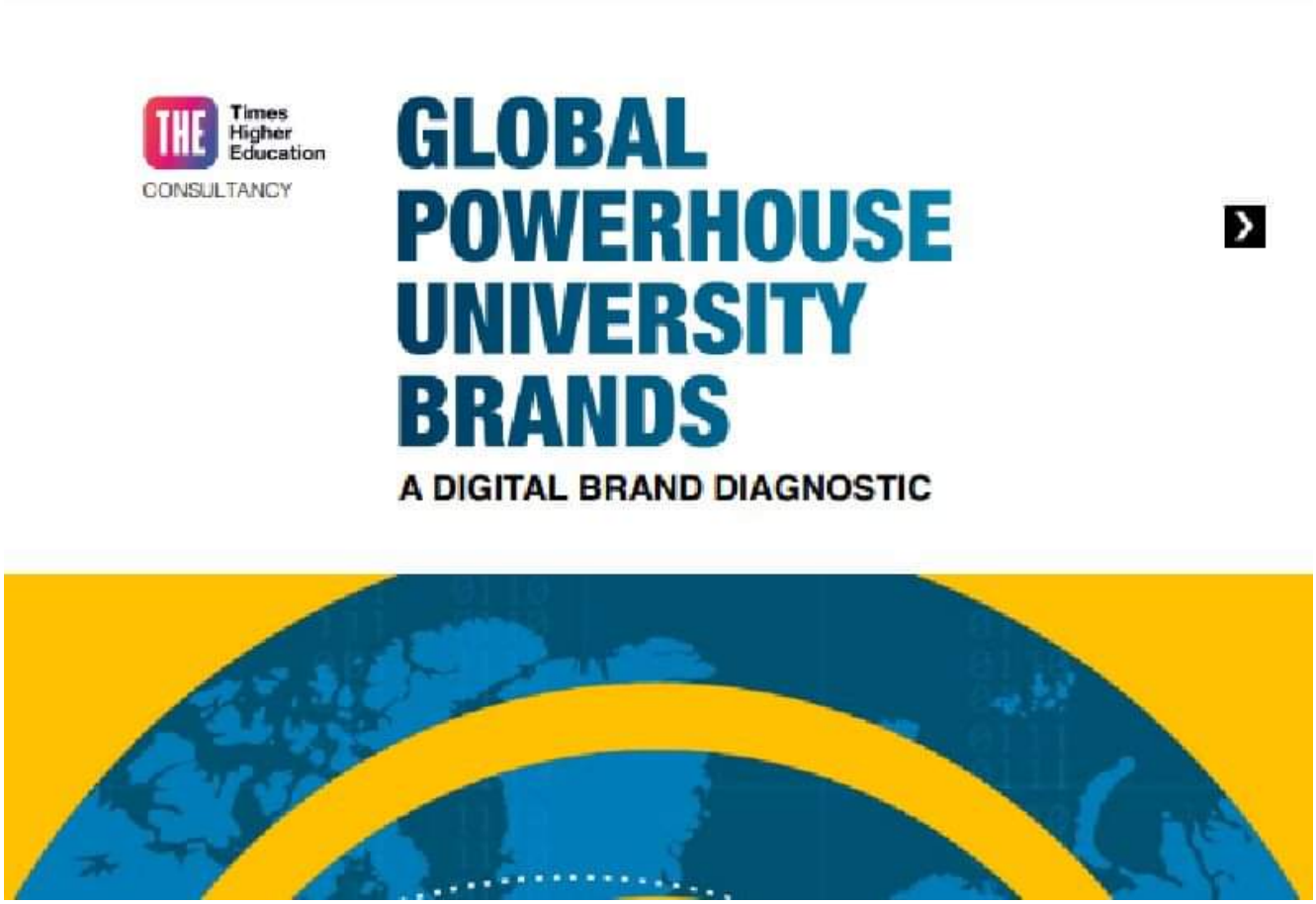
https://nrat.ukrintei.ua/en/globalna-syla-universytetskyh-brendiv/

ГЛОБАЛЬНА СИЛА УНІВЕРСИТЕТСЬКИХ БРЕНДІВ



На сайті Times Higher Education опубліковано звіт «Глобальна сила університетських брендів: діагностика цифрового бренду».

Репутація університету будується на обізнаності та залученості до виняткових результатів і досягнень усіх співробітників, студентів і зацікавлених сторін, пов'язаних із цією установою. Сприйняття майбутніми студентами, партнерами та співробітниками репутації університету ґрунтується на враженні, що формується в їхній свідомості внаслідок взаємодії з безпосередньо з університетом та повідомленнями про нього. Тому створення комплексної комунікаційної стратегії ЗВО є надзвичайно важливим завданням. Інструменти цифрової комунікації відіграють вирішальну роль у взаємодії із зовнішніми зацікавленими сторонами: вони забезпечують своєчасний та економічний зв'язок з зацікавленими аудиторіями на місцевому, регіональному та глобальному рівнях. Командою дослідників THE розроблено цифровий діагностичний звіт на основі вивчення 15-ти провідних університетських брендів. З'ясовано, що найбільша кількість їх шанувальників представлена у соціальній мережі Facebook (4,3 млн); кількість взаємодій із найпопулярнішим контентом за останні 12 місяців у всіх соціальних мережах – 155 тис.; розрахункова фінансова економія за рахунок SEO становить 11,1 млн дол. США.

Використовуючи інструменти цифрового моніторингу та аналітики команда консультантів Times Higher Education створила оригінальний інструмент діагностики цифрового бренду, який охоплює понад 70 показників. Їх застосування забезпечує динамічне (у режимі реального часу) спостереження за університетським брендом.
Детальніше: https://is.gd/IxBEaO
Фото: скріншот
#НРАТ_Усі_новини #НРАТ_Освітянам_новини
2023-08-24

Інформація з офіційного вебпорталу Національного репозитарію академічних текстів