

Продвижение вузовского научного журнала

УГИМ 172903
Анна Жиленко

Вузовский научный журнал -

научный журнал, осуществляющий свою деятельность при поддержке вуза (университета, академии и др.). Такие журналы имеют университетский базис, выраженный:

- в финансовой поддержке;
- в формировании и развитии самостоятельного бренда в рамках образа и бренда университета;
- в связях и контактах в лице специалистов, готовящих журнал, а также авторов и рецензентов;
- в правовой поддержке и защите издания и авторов;
- в технической и территориальной оснащённости;
- в организационной поддержке;
- в круге потребителей.

Продвижение -

это использование разнообразных методов маркетинга и инструментов маркетинговых коммуникаций, позволяющих успешно выводить товар на рынок, стимулировать продажи и создавать покупателей лояльных компании (марке).

- 1) Создание образа престижности фирмы, ее продукции и услуг
- 2) Формирование образа инновационности для фирмы и ее продукции
- 3) Информирование о характеристиках товара
- 4) Обоснование цены товара
- 5) Внедрение в сознание потребителей отличительных черт товара
- 6) Информирование о месте приобретения товаров и услуг
- 7) Информирование о распродажах
- 8) Создание благоприятной информации о фирме в сравнение с конкурентами

Основные инструменты продвижения:

- ▶ реклама,
- ▶ личная продажа,
- ▶ стимулирование сбыта,
- ▶ связи с общественностью (PR).

Специфика ВНЖ определяет инструменты продвижения

- ✗ средства стимулирования сбыта
- ✓ реклама
- ✓ PR
- ✓ личные продажи
- ✓ SEO-продвижение

SEO-продвижение (или поисковая оптимизация) —

комплекс мер по поднятию позиции сайта в рейтинге результатов поискового запроса пользователя. Цель такой оптимизации заключается в увеличении сетевого трафика, количества потенциальных клиентов и последующей монетизации трафика.

Методы внутренней оптимизации

- ▶ Контент
- ▶ Скорость
- ▶ Адаптация
- ▶ Совершенствование системы ключевиков

Методы внешней оптимизации

- ▶ Регистрация в самостоятельных каталогах
- ▶ Регистрация в каталогах поисковых систем
- ▶ Обмен ссылками
- ▶ Размещение статей в СМИ
- ▶ Активная работа со страницами в социальных сетях, блогах, продвигающих основной сайт

SEO-компоненты:

- ▶ ключевые слова;
- ▶ мета-теги;
- ▶ контент, в том числе медиаконтент (картинки, видео, инфографика);
- ▶ ссылки, в том числе ссылки на страницы внутри сайта.

Специфика ВНЖ определяет инструменты продвижения

- ✗ средства стимулирования сбыта
- ✓ реклама
- ✓ PR
- ✓ личные продажи
- ✓ SEO-продвижение

Оффлайн-реклама

- ▶ Листовки, объявления, баннеры и др.
- ▶ Внутрикорпоративная рассылка
- ▶ Сарафанный маркетинг

Онлайн-реклама

- ▶ Развитие сайта (в том числе SEO)
- ▶ Рассылка информационных писем
- ▶ Работа в социальных сетях

PR-мероприятия

- ▶ Конференции, конкурсы
- ▶ Встречи с коллегами на форумах, мастер-классах, лекциях и др.
- ▶ Мероприятия, приуроченные к общим датам в сфере

Личные продажи

- ▶ Разработка системы особых условий публикации для разных категорий авторов

Системы цитирования. Статус журнала

- ▶ Нерецензируемые сборники и журналы. Имеют ISSN, но не внесены в наукометрические базы
- ▶ Журналы и сборники, входящие в систему научного цитирования РИНЦ (Российский индекс научного цитирования). РИНЦ динамично развивается и учитывает не только статьи из более 3500 российских научных журналов, систематически обрабатываемых в РИНЦ, но и статьи в зарубежных журналах, а также другие типы научных публикаций – монографии, труды конференций, патенты, диссертации, научные отчеты и т. д.
- ▶ Журналы, внесенные в список ВАК (Высшая аттестационная комиссия). ВАК создана в целях обеспечения единой государственной политики в области государственной аттестации научных и научно-педагогических работников. Списки корректируются ежегодно.
- ▶ Журналы, входящие в международные системы цитирования:
 - *Web of Science (WoS, предыдущее название ISI Web of Knowledge)*;
 - *European Reference Index for the Humanities*;
 - *Scopus*.

Публикации в данных журналах одновременно учитываются как публикации в изданиях, рекомендованных ВАК.

Продвижение вузовского научного журнала

УГИМ 172903
Анна Жиленко