



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ

Под научно-методическим руководством Российской академии наук

ИНСТИТУТ ГУМАНИТАРНЫХ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК

РЕКЛАМА, PR И МЕДИА: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Сборник научных трудов
Международной научно-практической конференции
(Санкт-Петербург, 28 марта 2023 г.)

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ

Институт гуманитарных и социальных наук

**РЕКЛАМА, PR И МЕДИА:
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ
И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

*Сборник научных трудов
Международной научно-практической конференции
(Санкт-Петербург, 28 марта 2023 г.)*

Санкт-Петербург
2023

УДК 659
ББК 65.422
Р36

Редакционная коллегия:

О. Н. Уткина — канд. пед. наук, доцент, директор Института гуманитарных и социальных наук СПбУТУиЭ, ответственный редактор

И. Г. Филиппова — канд. ист. наук, доцент, и. о. заведующего кафедрой рекламы и связей с общественностью СПбУТУиЭ

Л. И. Жижилева — канд. филос. наук, доцент, мл. научный сотрудник научно-исследовательской лаборатории Института гуманитарных и социальных наук СПбУТУиЭ

Р36 **Реклама, PR и медиа: современное состояние и перспективы развития** [Электронный ресурс] : Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции (Санкт-Петербург, 28 марта 2023 г.) / сост. Л. И. Жижилева; С.-Петерб. ун-т технол. упр. и экон. — Электрон. дан. (0,99 Мб). — СПб.: Изд-во СПбУТУиЭ, 2023. — 1 электрон. опт. диск. — Систем. требования: Windows 7/8/10; Adobe Reader.

ISBN 978-5-94047-948-2

28 марта 2023 г. в Санкт-Петербургском университете технологий управления и экономики была проведена Международная научно-практическая конференция «Реклама, PR и медиа: современное состояние и перспективы развития». В конференции приняли участие российские исследователи, преподаватели, студенты и аспиранты, представители региональных и муниципальных органов власти, представители профессионального сообщества. В настоящем сборнике представлены тезисы докладов участников конференции по актуальным вопросам рекламы, PR и медиа, их современного состояния и перспектив развития.

Сборник адресуется студентам, аспирантам, докторантам, преподавателям, представителям науки и всем тем, кто интересуется проблемами рекламы, PR и медиа.

УДК 659
ББК 65.422

ISBN 978-5-94047-948-2

© Коллектив авторов, 2023
© СПбУТУиЭ, 2023

**Виртуальная экскурсия как медиаканал
профориентационной деятельности образовательной
организации высшего образования,
осуществляющей подготовку по направлению**

Виктория Андреевна Мелешко

Владивостокский государственный университет, Владивосток,
Россия, 20v.meleshko@mail.ru

Милана Сергеевна Шаповалова

Владивостокский государственный университет, Владивосток,
Россия, Milana.Shapovalova@vvsu.ru

Аннотация. В ходе исследования аргументирована актуальность виртуальной экскурсии как медиаканала профориентационной деятельности образовательной организации высшего образования, осуществляющей подготовку по направлению 43.03.02 «Туризм». Проанализирован опыт использования виртуальной экскурсии как медиаканала профориентационной деятельности. Систематизирован позитивный эффект от использования виртуальной экскурсии как медиаканала профориентационной деятельности.

Ключевые слова: медиа, виртуальная экскурсия, туризм, образование, конкуренция.

**Virtual excursion as a media channel for career guidance
activities of an educational organization of higher
education that provides training in the field of education**

Victoria A. Meleshko

Vladivostok State University, Vladivostok, Russia, 20v.meleshko@mail.ru

Milana S. Shapovalova

Vladivostok State University, Vladivostok, Russia,
Milana.Shapovalova@vvsu.ru

Abstract. Study discusses the relevance of a virtual tour as a media channel for career guidance activities of an educational institution of higher education that provides academic programs in 43.03.02 “Tourism”. The experience of using a virtual tour as a media channel for career guidance is analyzed. The positive effect of using a virtual tour as a media channel for career guidance has been systematized.

Keywords: media, virtual tour, tourism, education, competition.

2023 г. в России объявлен Годом педагога и наставника. Одной из обозначенных целей в данном контексте, согласно распоряжению Правительства РФ, стало обеспечение преемственности развития национальной системы образования [1].

Нужно отметить, что в целом конкуренция на рынке образовательных услуг обостряется. Так, как показывает статистика, в контексте высшего образования можно отметить, что общее число заявлений на программы бакалавриата выросло с 2017 по 2022 г. на 62 %. В то же время число заявлений по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» выросло лишь на 29 % (рис. 1) [2].

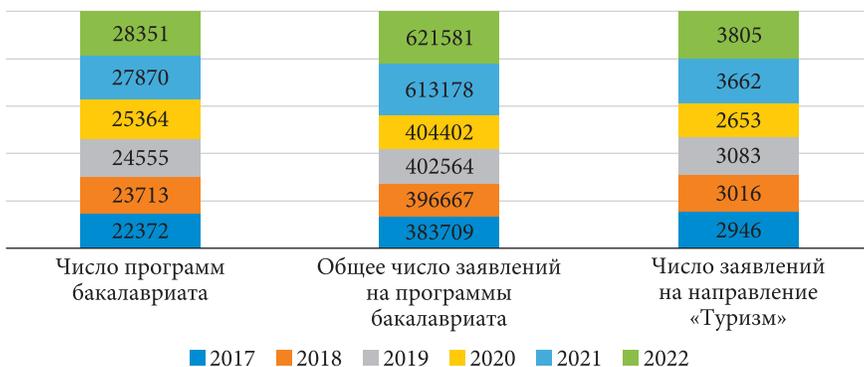


Рис. 1. Число программ бакалавриата, число принятых заявлений на программы бакалавриата и на направление «Туризм» в Российской Федерации

Следовательно, вузы в своей профориентационной деятельности должны становиться максимально эффективными.

Одновременно можно отметить, что психологические и поведенческие особенности абитуриентов меняются. Коммуникация осу-

ществляется преимущественно через смартфон, традиционные СМИ выходят из фокуса [3]. В значительной степени такого рода смещение приоритетов соответствует эволюции медиаканалов и росту их доступности: от прамедиа, которые характеризуются простейшими звуковыми техническими средствами, позволявшими передавать информацию на некоторое расстояние, до цифровых медиа, которые обладают интерактивностью и мультимедийностью, т. е. совмещают разные форматы — от аудио и видео до геймификации, анимации и виртуализации.

В этой связи вузы и кафедры России также не могут оставаться инерционными в вопросе разработки и применения инструментов профориентационной деятельности.

Виртуальная экскурсия является эффективным инструментом продвижения услуг, используемым предприятиями в самых различных сферах деятельности.

Согласно данным, 50 % взрослых пользователей интернета полагаются на виртуальные туры в своих исследованиях и процессе принятия решений [4]. При этом клиенты тратят в 5–10 раз больше времени на сайтах с виртуальными турами и на 130 % чаще бронируют продукт или услугу, если есть виртуальный тур [4]. В то же время к 2028 г. объем мирового рынка виртуальных туров достигнет почти 24,10 млрд долларов США (годовой темп роста с 2021 по 2028 г. составит 30,95 %) [6].

В то же время виртуальная экскурсия как инструмент продвижения, согласно экспертной оценке (где 5 — максимальная оценка, 1 — минимальная), обладает несомненными преимуществами, которые можно систематизировать в таблице 1.

В ходе исследования было выявлено, что виртуальные экскурсии как инструмент профориентации в настоящее время используют такие вузы, как Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, МИРЭА — Российский технологический университет, Российский государственный университет правосудия, Орловский государственный университет, Самарский университет, Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова.

Как показывает анализ, предложение в этом сегменте пока достаточно фрагментарное. При этом содержательно экскурсия зачастую сводится к публикации отдельных фото- или видеофайлов с отсут-

Преимущества виртуальной экскурсии как инструмента продвижения

Форма продвижения	Доступность	Масштабируемость	Широга охвата	Стоимость	Наглядность	Интерактивность
Виртуальная экскурсия	4	5	5	4	5	5
Офлайн-экскурсия	4	3	3	4	5	5
Социальные сети	5	3	5	5	3	3
Видеоканал	4	3	4	4	4	3

ствием интерактивной составляющей. Образовательная часть также в значительной степени сводится к визуальной демонстрации. Полностью отсутствуют инструменты геймификации, контроля, визуализации данных, интеграции со сторонними платформами.

Концепция экскурсии с элементами геймификации может включать в себя следующие элементы:

1. Введение квизов.
2. Перемещение по панорамам по результатам правильных ответов.
3. Внедрение режима поиска объектов.
4. Добавление таймера.

Такого рода формат позволит обеспечить рост вовлеченности абитуриентов, рост охвата потенциальной аудитории и в конечном итоге рост числа заявлений на поступление.

Список источников

1. Распоряжение Правительства РФ от 18 февраля 2023 г. № 399-р «Об утверждении плана основных мероприятий по проведению в РФ Года педагога и наставника» [Электронный ресурс] // Справ.-правовая система «Гарант». — URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/406334277/> (дата обращения: 20.03.2023).

2. Форма № ВПО-1 «Сведения об организации, осуществляющей образовательную деятельность по образовательным программам высшего образования — программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» [Электронный ресурс] // Сайт Министерства науки и высшего образования РФ. — URL: <https://minobrnauki.gov.ru/action/stat/highed/> (дата обращения: 20.03.2023).
3. Разработка и внедрение комплексной системы привлечения абитуриентов по всем направлениям подготовки с участием всех кафедр [Электронный ресурс] // Презентация к ученому совету МГОТУ. — URL: <https://unitech-mo.ru/upload/files/academy/scientific-council/16.11.2021/2.1.pdf> (дата обращения: 20.03.2023).
4. Virtual tour statistics you should know [Электронный ресурс] // Сайт «Виртуальный тур». — URL: <https://virtualtourcompany.co.uk/virtual-tour-statistics-you-should-know/> (дата обращения: 20.03.2023).
5. Market size of the virtual tourism industry worldwide [Электронный ресурс] // Statista: сайт виртуальной мировой туристической индустрии. — URL: <https://www.statista.com/statistics/1312254/virtual-tourism-market-size-worldwide/> (дата обращения: 20.03.2023).

Информация об авторах

В. А. Мелешко — студент Владивостокского государственного университета; 690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41.

М. С. Шаповалова — студент Владивостокского государственного университета; 690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41.