

УДК 338

**ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ  
БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКОГО УНИВЕРСИТЕТА  
ПО АНАЛИЗУ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ**

М. В. ПАХОМОВА  
Научный руководитель С. Л. КОМАРОВА  
Белорусско-Российский университет  
Могилев, Беларусь

Медиацентр Белорусско-Российского университета создан для повышения узнаваемости учреждения образования и служит ключевым инструментом эффективного взаимодействия с целевыми аудиториями и формирования прозрачного информационного пространства. Он активно развивает присутствие в соцсетях, повышая узнаваемость вуза и укрепляя его имидж. По результатам анализа деятельности медиацентра с момента основания выяснилось, что главными площадками коммуникации являются Telegram и Instagram.

Telegram-канал насчитывает более 2200 подписчиков (рост на 50 % за полгода), за год опубликовано свыше 1400 постов, каждый из которых в среднем набирает более 1500 просмотров и 1300 реакций. Instagram-аккаунт имеет 1570 подписчиков, с охватом более 92 тыс. просмотров и в среднем – более 1500 просмотров на публикацию.

Для объективного сравнения активности использовалась мин-макс нормализация данных (в диапазоне от 1 до 10), что позволило сопоставить показатели с разным масштабом (подписчики, просмотры, посты, лайки). Для этих целей воспользовались методом бенчмаркинга, преобразовав исходные данные следующим образом (табл. 1).

Табл. 1. Нормализованные данные по Telegram-каналу и Instagram-аккаунту

Платформа коммуникации	Подписчики	Просмотры	Посты	Лайки
Telegram	10	3,73	1	2,11
Instagram	7,69	10	1	3,07

Расчёт произведён по формуле площади многоугольника в полярных координатах. По результатам оценки было установлено, что лидирующей платформой является аккаунт университета в Instagram-аккаунте, который продемонстрировал наибольший интегральный показатель за счёт высоких значений таких параметров, как просмотры и лайки. Площадь фигуры для Instagramа составила 56,79 усл. ед., что значительно превосходит площадь фигуры Telegram-канала, равную 32,12 усл. ед., подтверждая его более высокую конкурентоспособность и уровень активности. Таким образом, можно заключить, что Instagram является более эффективной платформой для коммуникации и взаимодействия с аудиторией университета и абитуриентами.