

## Специфика методов продвижения курсов по достижению личного успеха на рынке онлайн-образования

*Фоменкова Екатерина Алексеевна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

*E-mail: kateenot7@mail.ru*

В современных экономических условиях рынок перенасыщен предложениями, особенно сектор информационных продуктов и онлайн-образования, который продолжает свой рост. Суммарная годовая выручка 100 крупнейших российских компаний на рынке EdTech выросла на 17% по сравнению 2021-м годом [2]. В данном исследовании проанализированы методы продвижения курсов, которые направлены на достижение личного успеха. Этот вид курсов активно распространялся в 2020-2021 годах преимущественно блоггерами в социальных сетях, оценка охвата курсов категории личностного развития составила 61% среди представленных категорий [3]. Этот вид информационного продукта с помощью особых методов продвижения стал одним из наиболее востребованных среди определенной целевой аудитории.

При создании эффективной стратегии продвижения информационного продукта необходимо презентовать не только очевидные преимущества, но и использовать возможные рычаги воздействия на покупателя для усиления его вовлеченности в рекламное сообщение. Из-за стремительно растущей конкуренции место главенствующей первоначально информационной функции рекламы, занимает функция воздействия, которая непосредственно связана с разнообразными манипулятивными приемами. Таким образом специфика методов продвижения онлайн курсов по достижению личного успеха заключается в использовании манипулятивного воздействия на потребителей. Рассматриваемая категория на рынке онлайн-образования принадлежит деятелям шоу-бизнеса и лидерам мнений в социальных сетях, компетенцию которых в определенных вопросах не всегда удается установить. Это создает ситуацию, когда продукт не содержит в себе качественно новой информации для покупателя, но при этом успешно продается.

Актуальность рассмотрения манипулятивных приемов в сфере информационного рынка связана с текущим положением в области маркетинга и рекламы. Использование манипулятивных приемов позволяет повысить уровень внимания к продукту и при необходимости скрыть очевидные недостатки, отсутствие уникального содержания в предоставляемом продукте.

В большинстве исследований посвященных данной тематике термин «манипуляции» определяется с разных точек зрения. Кроме того, «манипуляция» зачастую рассматривается только в негативном ключе. Также нет единого и строго определения манипуляции. Работа отечественного психолога Е.Л. Доценко позволила детально разобрать понятие «манипуляции» и определить термин применительно для сферы продвижения информационных продуктов.

В исследовании рассмотрены конкретные методы продвижении онлайн курсов по достижению личного успеха. Как правило, методы продвижения информационного продукта по личностному развитию у разных авторов идентичны, существует некий сценарий, которому так или иначе следуют специалисты, используя разные формы трансляции рекламного сообщения. Исследование направлено на анализ специфики как методов продвижения онлайн курсов по достижению успеха в интернете в целом, так и на рассмотрение конкретных проектов.

### Источники и литература

- 1) Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита — М.: ЧеРо, Издательство МГУ, 1997 г. 344с.
- 2) Рейтинг крупнейших компаний на рынке онлайн-образования // EdTechs URL: <http://edtechs.ru/blog/post/edtech-rynok-pribavil-17-po-itogam-2022-goda>
- 3) Исследование российского рынка онлайн-образования // Нетология URL: [https://netology.ru/edtech\\_research\\_2022](https://netology.ru/edtech_research_2022)