

Державний торговельно-економічний університет
Кафедра журналістики реклами

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«ФОРМУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ONLINE-КОМУНІКАЦІЇ
ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ»**

(За матеріалами Державного торговельно – економічного університету, м.
Київ)

Студента 4 курсу, 6 групи,
спеціальності 061 «Журналістика»,
спеціалізації «Реклама і зв'язки з
громадськістю»

Сандрацька
Єлизавета
Вікторівна

підпис студента

Науковий керівник
кандидат економічних наук,
старший викладач
кафедри журналістики та реклами



підпис керівника

Лісун
Яніна
Вікторівна

Гарант освітньо-професійної програми
доктор економічних наук,
професор кафедри журналістики та
реклами

підпис гаранта

Файвіщенко
Діана
Сергіївна

Київ 2023

ЗМІСТ

ВСТУП..... 5

РОЗДІЛ 1 АНАЛІТИЧНА ЗАПІСКА..... 7

1.1 Характеристика online – комунікаційної діяльності конкурентного середовища у сфері освіти..... 7

1.2 Аналіз online – комунікаційної діяльності Державного торговельно – економічного університету..... 19

РОЗДІЛ 2.ТВОРЧЕ ПРОЕКТУВАННЯ..... 29

2.1 Удосконалення online – комунікацій Державного торговельно – економічного університету..... 29

2.2 Оцінка результативності удосконалення online – комунікацій Державного торговельно-економічного університету..... 35

ВИСНОВКИ..... 38

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... 40

ДОДАТКИ..... 42

ВСТУП

Актуальність дослідження. У сучасному світі інформаційних технологій та зростання ролі Інтернету у житті суспільства, ефективність комунікації стає все більш важливою для закладів вищої освіти. Зокрема, Державний торговельно-економічний університет (ДТЕУ) є одним із провідних українських вишів, який активно розвивається та прагне підтримувати високий рівень комунікації зі своїми студентами, викладачами та адміністрацією. У цьому контексті, формування інструментів online-комунікації стає актуальною проблемою, яка потребує наукового осмислення та дослідження.

Аналіз останніх публікацій та досліджень. Останнім часом все більше уваги не лише в світі, а й в Україні приділяється дослідженню online-комунікацій, а особливо в рекламній діяльності. Це перш за все роботи таких зарубіжних та вітчизняних авторів, як Котлер Ф., Петриченко П. А., Бегерська О. В., Лебеденко М. С., Васильченко Л. С., Литвин С. В., Мозгова Г. В., Красовська О. Ю.

Предметом дослідження є формування інструментів online-комунікації закладу вищої освіти. У рамках цієї дослідницької роботи будуть розглянуті технологічні, організаційні та комунікативні аспекти розвитку online-комунікації в ДТЕУ з метою забезпечення ефективного взаємодії між різними учасниками освітнього процесу.

Об'єктом дослідження є заклад вищої освіти – Державний торговельно-економічний університет (ДТЕУ).

Метою випускної кваліфікаційної роботи є дослідження процесу формування інструментів online-комунікації в Державному торговельно-економічному університеті.

Для досягнення поставленої мети поставлено *наступні завдання:*

– провести аналіз сучасних тенденцій у сфері online-комунікацій у закладах вищої освіти;

- вивчити досвід інших вишів у використанні інструментів online-комунікації;
- оцінити ефективність існуючих систем та платформ online-комунікації в ДТЕУ;
- розробити рекомендації щодо вдосконалення існуючих інструментів та впровадження нових розв'язків в сфері online-комунікації в ДТЕУ.

У процесі виконання дипломної роботи будуть використовуватись наступні *методи дослідження*: аналіз та узагальнення наукових літературних джерел, що стосуються online-комунікацій в закладах вищої освіти; документальний аналіз нормативно-правових актів, положень та регламентів, які впливають на розвиток online-комунікації в ДТЕУ; порівняльний аналіз існуючих систем та платформ online-комунікації в ДТЕУ з метою виявлення їх переваг та недоліків.

Інформаційна база дослідження: - наукові дослідження і публікації, що стосуються online-комунікації в закладах вищої освіти, які включають актуальні теоретичні та практичні аспекти цієї теми; офіційна статистика та звіти, що містять дані про впровадження online-комунікації в ДТЕУ.

Практична сутність дослідження полягає в тому, що отримані результати сприятимуть розвитку інструментів online-комунікації ЗВО, поліпшенню комунікаційного середовища та забезпеченню якісної освіти.

Загальний обсяг випускної кваліфікаційної роботи складає 45 сторінок, в роботі розміщено 3 таблиць, 25 рисунків. Також відображено список використаних джерел, який налічує найменувань і додатків.

РОЗДІЛ 1. АНАЛІТИЧНА ЗАПИСКА

1.1 Характеристика online – комунікаційної діяльності конкурентного середовища у сфері освіти

Онлайн – комунікація служить не тільки як метод спілкування в Інтернеті, а і є способом пошуку та залучення потенційних клієнтів, рекламування свого бренду та багато інших функцій, які допомагають просувати своє підприємство в інтернеті. Основними видами онлайн – комунікації є :

1. *Соціальні мережі* – це додатки, де користувачі можуть ділитися своїми світлинами, контактувати з людьми онлайн, створювати власний контент або вести свій блог. Багато бізнесів користуються мережами, як платформами для просування свого продукту. Завдяки таргетованій рекламі, підприємці шукають клієнтуру, яка найбільш зацікавлена у запропонованій послугі компаніїю.

2. *Чати та месенджери* – це додатки, які інколи теж називають соціальними мережами, вони допомагають людям спілкуватись у реальному часі. Зазвичай такі платформи пропонують рекламу користувачам у каналах, групах або у списку повідомлень. Також деякі компанії, маючи контакти потенційних клієнтів, надсилають свої персональні пропозиції у приватні повідомлення.

3. *Електронна пошта* – зазвичай такий вид онлайн – комунікації застосовується для робочого формату спілкування. Для реклами через електронну пошту, бренди використовую спеціальні додатки, де безпосередньо можна створити розсилку для бази клієнтів та налаштувати час, спосіб та при яких умовах буде надсилатись повідомлення.

4. *Форуми та блоги* – це платформи або ж сайти, які дозволяють користувачам публікувати свої міркування, ідеї, питання, переживання та отримати зворотній зв'язок від однодумців або спеціалістів у той чи іншій

сфері. Такі сайти мають свої способи рекламування продукту, але також свої послуги та продукти можна просувати відповідаючи на запитання користувачів. Наприклад, якщо користувач питає де можна купити той чи інший продукт, можна написати відповідь, яка буде виглядати не як реклама, а як порада, що може стати хорошим способом залучити не одного клієнта.

Все це можна об'єднати в один інструмент – сайти. Сайт – це важливий тип онлайн – комунікації, він є одним з головних способів просування бренду та залучення потенційних клієнтів. Для цього веб-сайти мають низку корисних функцій:

1. *Комунікаційні форми та кнопки.* На веб-сайтах можуть бути спеціальні форми зв'язку, де клієнти можуть залишати свої запити або повідомлення. Також можна розмістити кнопки для швидкого зв'язку, наприклад, "Зателефонуйте нам" або "Напишіть нам".

2. *Коментарі та відгуки.* Розділ на сайті, де користувачі можуть залишати коментарі та відгуки, дозволяє збирати зворотний зв'язок з аудиторією, відповідати на питання, виправляти помилки і покращувати сервіс.

3. *Онлайн-чати.* Ще один інструмент онлайн-комунікації - онлайн-чат, де клієнти можуть отримати оперативну відповідь на свої запитання.

4. *Форми реєстрації та підписки.* На сайтах можуть бути форми реєстрації та підписки, які дозволяють збирати контактну інформацію про користувачів і надсилати їм новини та акції.

5. *Соціальні мережі.* Веб-сайти можуть бути підключені до соціальних мереж, що дозволяє клієнтам швидко ділитися інформацією про товари та послуги, а також залишати відгуки та рекомендації.

Дизайн веб-сайту є одним з ключових елементів, який впливає на його успіх та ефективність як інструменту онлайн комунікації. Дизайн повинен бути привабливим і зрозумілим для користувачів, а також забезпечувати зручність і функціональність для виконання необхідних операцій.

Перш за все, дизайн веб-сайту повинен бути чітким і зрозумілим. Користувачі повинні знаходити на сайті те, що їх цікавить, тому всі блоки, кнопки та інші елементи повинні легко ідентифікуватися і бути зрозумілими для відвідувача.

По-друге, дизайн сайту повинен бути естетично привабливим. Це дає можливість створити позитивне враження про бренд і привернути увагу відвідувача. Однак важливо не перенавантажити сайт надмірною кількістю графіки та кольорів.

По-третє, дизайн сайту повинен бути адаптивним. У світі мобільних пристроїв дизайн сайту повинен бути адаптований до різних розмірів екрану, щоб користувачі могли легко переглядати і взаємодіяти з сайтом на будь-якому пристрої.

Дизайн сайту повинен бути спрямований на досягнення конкретної мети. Наприклад, якщо метою сайту є продаж товарів, то дизайн повинен бути спрямований на підвищення конверсії і забезпечення зручності покупця при оформленні замовлення.

Перейдемо до дослідження сайтів закладів вищої освіти.

Державний торговельно-економічний університет (ДТЕУ) є провідним українським освітнім закладом, спеціалізованим у сфері економіки та бізнесу. Університет надає широкий спектр спеціальностей і забезпечує високу якість освіти для підготовки висококваліфікованих фахівців, які відповідають потребам сучасного бізнес-середовища.

Освітня діяльність ДТЕУ характеризується високим рівнем навчання та досвідом кваліфікованих викладачів. Університет застосовує сучасні методи навчання, включаючи дистанційну форму, електронні курси та інтерактивні уроки, що активно залучають студентів до навчального процесу та підвищують ефективність навчання (рис.1.1).

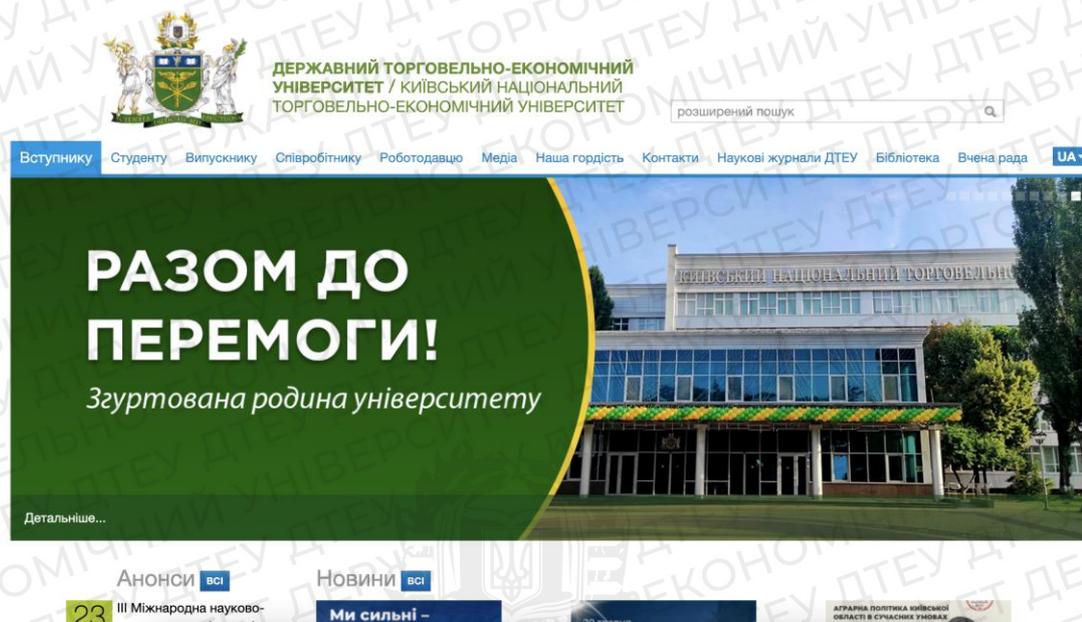


Рис. 1.1 Головна сторінка ДТЕУ

ДТЕУ пропонує розширений спектр спеціальностей, охоплюючи різні галузі, такі як економіка, менеджмент, маркетинг, фінанси, бухгалтерський облік та інші суміжні галузі. Це дає студентам можливість обрати напрямок навчання відповідно до їхніх інтересів та кар'єрних амбіцій (рис.1.2).

Одним з сильних аспектів ДТЕУ є активна робота в галузі зв'язків з громадськістю та реклами. Університет використовує різноманітні PR-інструменти та рекламні стратегії для просування своїх освітніх програм та привертання уваги цільової аудиторії, що сприяє підвищенню впізнаваності і репутації університету.



Рис. 1.2 Навчальна база ДТЕУ

ДТЕУ активно співпрацює зі студентською та професійною громадськістю, створюючи платформи для обміну досвідом, публікацій та участі у наукових конференціях та семінарах. Це сприяє активній взаємодії студентів та викладачів ДТЕУ зі спеціалістами з різних галузей, розширює їхні знання та розвиває професійні навички.

Освітні програми ДТЕУ розроблені з урахуванням сучасних вимог та потреб ринку праці, що дозволяє випускникам отримати актуальні знання та навички, необхідні у сучасному бізнес-середовищі. Університет також має розвинуту інфраструктуру та доступ до сучасних навчальних матеріалів та технологій, що сприяє якісному засвоєнню навчальної програми студентами.

Завдяки своїм перевагам, ДТЕУ є привабливим вибором для студентів, які бажають отримати якісну освіту у галузі економіки та бізнесу. Університет активно просуває свої освітні програми за допомогою рекламних кампаній та зв'язків з громадськістю, привертаючи увагу потенційних студентів та посилюючи свою репутацію як надійного освітнього закладу.

Перейдемо до дослідження конкурентного середовища ДТЕУ

Для аналізу ми обрали декілька вищих закладів України такі, як Національний авіаційний університет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка та Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського.

Національний авіаційний університет — авіаційний заклад вищої освіти в Києві. В університеті навчається близько 25 тисяч студентів із 55 країн світу. Потужні науково-педагогічні школи дають можливість готувати не лише фахівців інженерного профілю, але й економістів, юристів, екологів, перекладачів, психологів, соціологів тощо. Навчальний процес забезпечує висококваліфікований науково-педагогічний колектив, у складі якого 15 академіків та членів-кореспондентів НАН України, 184 докторів наук, професорів і 677 кандидатів наук, доцентів. До навчального процесу

залучаються провідні спеціалісти авіакомпаній і промислових підприємств. Серед викладачів — 80 лауреатів Державної премії та Заслужених діячів науки і техніки (рис.1.3).

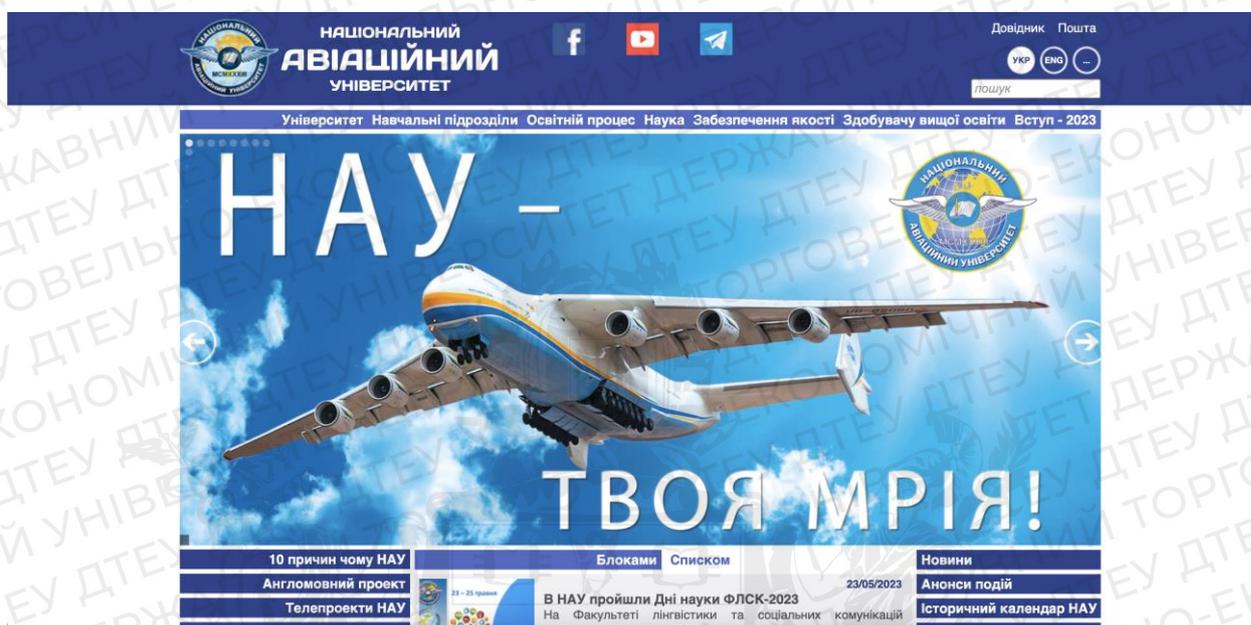


Рис. 1.3 Сайт НАУ

Національний авіаційний університет визнаний як провідний авіаційний заклад вищої освіти в Києві, який привертає увагу студентів з усього світу. Знаходячись на передовому фронті академічних досягнень та наукових відкриттів, цей університет служить майданчиком для навчання, досліджень та розвитку в різних галузях знання.

Відвідуючи веб-сайт Національного авіаційного університету, користувачі мають унікальну можливість отримати інформацію про всі аспекти життя та діяльності університету. Загальний обсяг змісту на сайті є різноманітним та багатогранним, задовольняючи потреби всіх зацікавлених сторін.

Перш за все, на веб-порталі регулярно оновлюються новини, які відображають актуальні події та досягнення університету. Це дозволяє студентам, викладачам та іншим учасникам освітнього процесу бути в курсі останніх подій та ініціатив, які формують академічну спільноту університету.

Окрім того, на сайті знаходиться детальна інформація про освітній процес, яка становить велику цінність для студентів та аспірантів. Це включає розклад занять, академічні програми, вимоги до навчальних курсів та інші корисні ресурси, які допомагають студентам успішно організувати свою академічну діяльність (Додаток А).

На сайті Національного авіаційного університету також доступна інформація про міжнародні програми та можливості, що відкриваються для студентів. Це дозволяє студентам брати участь у обмінних програмах, стажуваннях та академічних проектах, які сприяють їхньому міжнародному досвіду та розширенню горизонтів.

Окрім того, сайт університету висвітлює різноманітні заходи, що проводяться в університеті. Це включає наукові конференції, семінари, спортивні турніри, культурні події та багато іншого. Інформація про ці заходи сприяє активному студентському життю та підтримує розвиток різноманітних інтересів студентської спільноти.

Сайт Національного авіаційного університету також забезпечує присутність у соціальних мережах, що сприяє зручній комунікації зі спільнотою університету та сприяє обміну інформацією та спілкуванню з учасниками освітнього процесу (рис.1.4)

Метрика	nau.edu.ua	knute.edu.ua
Щомісячні візити	306 250 🏆	157,355
Щомісячні унікальні відвідувачі	145,153 🏆	62,243
Відвідування / Унікальні відвідувачі	2.11	2.53 🏆
Тривалість візиту	00:03:31	00:03:47 🏆
Сторінок за відвідування	2.83	5.63 🏆
Показник відмов	54,29%	44,72% 🏆

*Рис. 1.4 Порівняння сайтів НАУ та ДТЕУ
(Складено автором з використанням SimilarWeb)*

Крім того, на сайті також присутня інформація, спрямована на майбутніх студентів, яка допомагає їм зробити інформований вибір щодо навчання в університеті. Це включає інформацію про вступні вимоги, процедуру подачі заявок, терміни та інші важливі аспекти, які сприяють орієнтації та прийняттю рішень стосовно майбутньої освітньої кар'єри.

В цілому, веб-сайт Національного авіаційного університету є важливим інструментом комунікації та інформування усіх учасників освітнього процесу. Він не тільки забезпечує доступ до важливої інформації, але й підтримує динамічну та відкриту атмосферу, сприяючи розвитку й інтеграції студентської спільноти.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка — державний заклад вищої освіти України, розташований у місті Києві. За рейтингами ВНЗ, на 2020 рік посідав 1 місце і є найбільшим університетом за кількістю студентів і спеціальностей. З 2009 до 2014 року мав статус автономного дослідницького університету (рис.1.5).



Рис. 1.5 Сайт університету

Офіційний веб-сайт Київського національного університету імені Тараса Шевченка створений з метою забезпечення доступу до важливої інформації для всіх зацікавлених сторін. Цей сайт є надійним джерелом інформації про університет та його активності.

На веб-порталі присутні різні сторінки, які відображають широкий спектр інформації. Сторінка «Інформація» надає основні відомості про університет, його статус, місію та цінності. Крім того, ця сторінка включає інформацію про різноманітні факультети, які пропонують широкий спектр академічних програм і спеціальностей.

Сторінка «Підрозділи університету» надає докладну інформацію про різні підрозділи та інститути університету. Це допомагає відвідувачам сайту ознайомитись зі структурою університету та його організаційною системою.

(Додаток А)

«Абітурієнтам» - це сторінка, яка надає важливу інформацію для майбутніх студентів, які планують вступ до Київського національного університету. Тут можна знайти відомості про вступні вимоги, процедури та терміни подачі заяв, а також корисні поради для успішного вступу.

«Наука» - це розділ, який присвячений науковим досягненням університету. Він включає інформацію про наукові проекти, дослідження, публікації та співпрацю з іншими науковими установами. Цей розділ відображає науковий потенціал університету та його внесок у розвиток науки.

«Студентам» - це важлива сторінка, яка надає студентам університету доступ до різноманітної інформації, пов'язаної з освітнім процесом. Тут студенти можуть знайти розклад занять, актуальні оголошення, інформацію про бібліотеку, послуги студентського самоврядування та багато іншого. Розділ «Ресурси» містить корисні посилання, які студенти, викладачі та дослідники можуть використовувати для отримання додаткової інформації та ресурсів, пов'язаних з освітою та науковою діяльністю (рис.1.6).

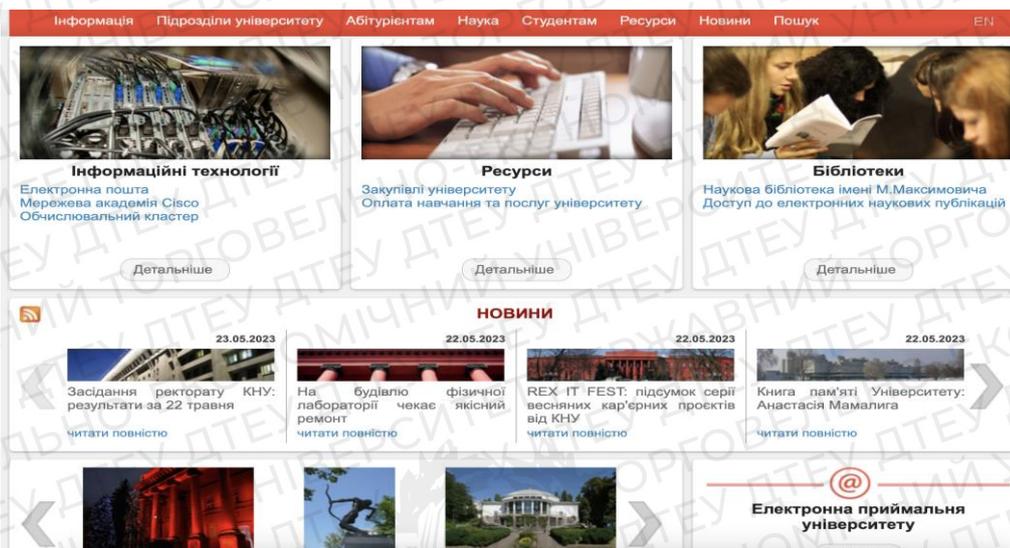


Рис. 1.6 Розділ "Ресурси"

Крім того, на сайті присутня функція «Пошук», яка дозволяє користувачам швидко знаходити необхідну інформацію за ключовими словами або фразами. Всі ці сторінки на веб-сайті Київського національного університету імені Тараса Шевченка створені з метою забезпечити зручний та доступний спосіб отримання інформації для всіх зацікавлених учасників освітнього процесу, від абітурієнтів до науковців. Вони є надійним джерелом знань та відображають високий рівень академічної діяльності та професіоналізм Київського національного університету (рис.1.7).

Метрика	knute.edu.ua	univ.kiev.ua
Щомісячні візити	157,355	321,042
Щомісячні унікальні відвідувачі	62,243	190,516
Відвідування / Унікальні відвідувачі	2.53	1.69
Тривалість візиту	00:03:47	00:02:45
Сторінок за відвідування	5.63	2.43
Показник відмов	44,72%	60,26%

Рис. 1.7 Порівняння сайтів КНУ ім. Шевченка та ДТЕУ

(Складено автором з використанням SimilarWeb)

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» — заклад вищої освіти інженерного профілю, заснований в Києві 1898 року; на сьогодні це один із найбільших університетів України за кількістю студентів з широким переліком спеціальностей і освітніх програм для підготовки фахівців з технічних і гуманітарних наук. З 2009 до 2014 року мав статус автономного дослідницького університету. За рейтингами ВНЗ входить до трійки найкращих в Україні (рис.1.8).

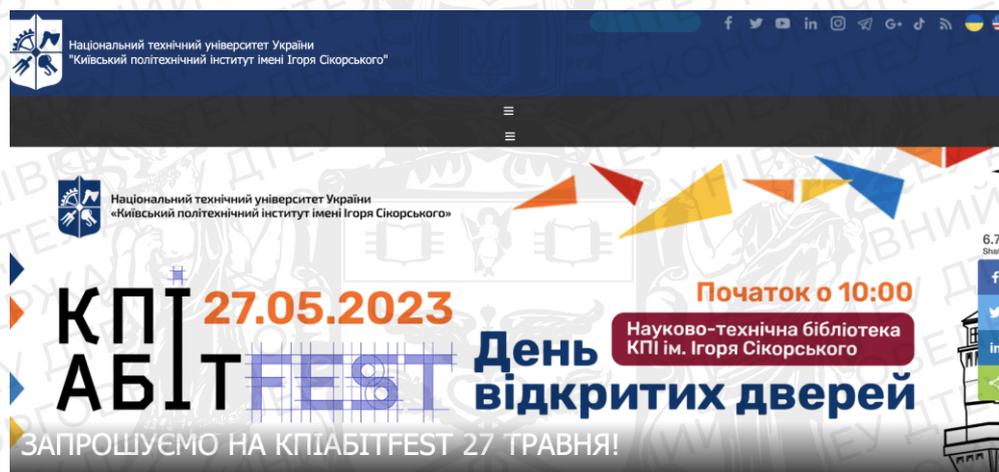


Рис. 1.8 Сайт КПІ

Сайт університету є відмінною платформою, яка надає відвідувачам широкий спектр інформації та оглядовий погляд на цей престижний навчальний заклад. З першого погляду, відвідувачі можуть знайти розділ «Університет», який пропонує детальну інформацію про історію, місію та цінності університету, а також про його найбільш значущі досягнення.

Сторінка «Університет сьогодні» надає огляд сучасного стану університету, його розмаїтість спеціальностей та освітні програми. Цей розділ демонструє активну роль університету в освітньому процесі та його здатність відповідати потребам сучасного світу (Додаток А).

"Структура університету" пропонує докладну інформацію про факультети, які складають цей університет, включаючи інженерно-хімічний факультет, приладобудівний факультет, радіотехнічний факультет, фізико-

математичний факультет, факультет інформатики та обчислювальної техніки, факультет біомедичної інженерії, факультет біотехнології і біотехніки, а також факультет електроенерготехніки та автоматики. Кожен з цих факультетів забезпечує високу якість освіти у відповідних галузях.

Розділ «Адміністративні новини» надає оновлену інформацію про події та активності, що відбуваються в університеті. Це включає важливі анонси, досягнення студентів та випускників, проведення наукових конференцій та культурних заходів. «Атрибути університету» дозволяють відвідувачам краще ознайомитися з символами та традиціями, які характеризують Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського. Тут можна дізнатися більше про герб, прапор, гасло та інші атрибути, які символізують гордість та престиж цього університету.



Рис. 1.9 Порівняння сайтів ДТЕУ та КПІ
(Складено автором з використанням SimilarWeb)

Сайт університету належно відображає його статус як провідного освітнього закладу. Він надає повну та докладну інформацію про університет, його академічні досягнення, наукові дослідження та різноманітні можливості, які він пропонує своїм студентам та співробітникам. Завдяки своїм розділам, відвідувачі сайту можуть легко знайти потрібну інформацію та знайомитися з багатогранними аспектами життя в цьому престижному університеті (рис.1.9).

1.2 Аналіз online – комунікаційної діяльності Державного торговельно – економічного університету

Державний технологічний економічний університет (ДТЕУ) є провідним українським освітнім закладом, який спеціалізується в галузі економіки та бізнесу. Сайт університету надає важливу інформацію для різних груп відвідувачів, включаючи вступників, студентів, випускників, співробітників та роботодавців.

Сторінка "Вступнику" містить вичерпну інформацію про вступ до університету, включаючи умови вступу, перелік спеціальностей та програм, необхідні документи, інформацію про вступні випробування та конкурсні вимоги. Вона допомагає потенційним студентам зрозуміти процес вступу та вибрати найбільш підходящу спеціальність.

Сторінка «Студенту» містить корисну інформацію для поточних студентів, включаючи розклад занять, актуальні оголошення, інформацію про бібліотеку та наукову діяльність. Тут студенти можуть знайти також інформацію про можливості стажування, стипендійні програми та інші академічні можливості, які пропонує університет.

Сторінка «Випускнику» спрямована на випускників університету, надаючи інформацію про можливості кар'єри, випускні церемонії, а також доступ до ресурсів для подальшого навчання та професійного розвитку (рис.1.10).

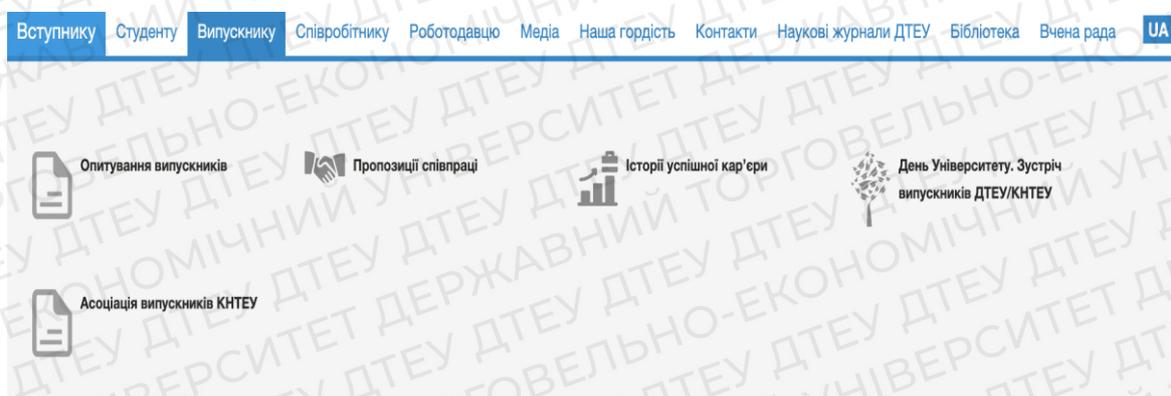


Рис. 1.10 Розділ «Випускнику»

Сторінка «Співробітнику» надає інформацію для факультету та співробітників університету. Вона містить важливі ресурси, такі як порядок денний, інформацію про академічні політики та процедури, а також доступ до внутрішніх систем та інструментів, що допомагають у виконанні робочих обов'язків.

Сторінка «Роботодавцю» адресована потенційним роботодавцям і містить інформацію про співпрацю з університетом, можливості партнерства, програми стажування та рекрутингу. Роботодавці можуть знайти тут профілі випускників та отримати доступ до бази даних з потенційними працівниками.

Сторінка «Медіа» надає доступ до новин, прес-релізів, медіа-матеріалів та інших публікацій, пов'язаних з ДТЕУ. Це дозволяє зацікавленим сторонам отримувати свіжу інформацію про події, досягнення та активності університету.

Сторінка «Наша гордість» присвячена досягненням, нагородам та успіхам студентів, випускників та співробітників ДТЕУ. Тут представлена інформація про визнання університету та його членів, а також основні досягнення в різних сферах.

Сторінка «Контакти» надає контактну інформацію та розташування головного кампусу університету, щоб відвідувачі могли зв'язатися з університетом або завітати особисто.

У розділі «Наукові журнали ДТЕУ» доступні наукові публікації та журнали, які випускає університет. Це дає можливість студентам, викладачам та іншим зацікавленим особам ознайомитися з актуальними науковими дослідженнями та статтями.

Розділ «Бібліотека» надає доступ до ресурсів, каталогів, електронних книг та інших матеріалів, які пропонує бібліотека університету. Студенти та співробітники можуть скористатися цими ресурсами для підготовки до занять, наукових досліджень та інших академічних потреб.

Розділ "Вчена рада" містить інформацію про склад вченої ради університету, її функції та рішення. Він відображає наукову діяльність та організаційні аспекти, пов'язані з управлінням науковими процесами в університеті.

Всього відвідувань ⓘ

📅 Лютий 2023 - квітень 2023 🌐 Світовий

472 065

↑ 10,96% з минулого місяця



Рис. 1.11 Кількість відвідувачів сайту ДТЕУ та його місце в рейтингу України (Складено автором з використанням SimilarWeb)

У розділі «Загальна інформація» можна знайти докладну інформацію про ДТЕУ, його історію, місію, візію, цінності та стратегію розвитку. Він надає загальний огляд університету для відвідувачів, які хочуть більш детально ознайомитися з установою.

Розділ «Спеціальності та програми» пропонує перелік доступних спеціальностей та програм навчання, які пропонує університет. Це дозволяє вступникам та студентам знайти необхідну інформацію про конкретні напрями та плани навчання, щоб зробити відповідний вибір.

Розділ «Факультети та кафедри» надає інформацію про структуру університету, факультети та кафедри, які входять до складу ДТЕУ. Тут представлена загальна інформація про кожен факультет та кафедру, їхні фахівці, академічні програми та спеціалізації (рис.1.12).



Рис. 1.12 Огляд каналів залучення користувачів на сайт ДТЕУ
(Складено автором з використанням SimilarWeb)

Розділ «Інститути та центри» описує діяльність інститутів та центрів, які діють в складі університету. Він пропонує докладну інформацію про кожен інститут та центр, їхні основні напрями досліджень та проекти, в яких вони беруть участь.

Інстаграм сторінка університету може бути потужним інструментом для формування інструментів онлайн-комунікації з метою підтримки та залучення аудиторії. Ось декілька способів, як можна використовувати Інстаграм сторінку університету для online-комунікації:

1. Публікація важливих новин: Університет може використовувати Інстаграм для поширення важливих оновлень, новин та подій, пов'язаних з академічним календарем, науковими досягненнями, студентським життям та іншими важливими аспектами. Це дозволяє студентам, викладачам та іншим зацікавленим особам бути в курсі останніх подій університету.

2. Візуальний контент: Інстаграм є відмінною платформою для поділу візуального контенту. Університет може ділитися фотографіями та

відео з академічного життя, культурних заходів, спортивних подій та інших цікавих моментів, що створюють сильну зв'язок з аудиторією.

3. Створення спільноти: Інстаграм дозволяє створити спільноту навколо університету. Університет може сприяти взаємодії та залученню аудиторії, запрошуючи студентів, викладачів, випускників та інших зацікавлених осіб до активного обговорення, коментування та спільного вподобання контенту. Це створює відчуття приналежності та спільноти серед учасників (рис.1.13).

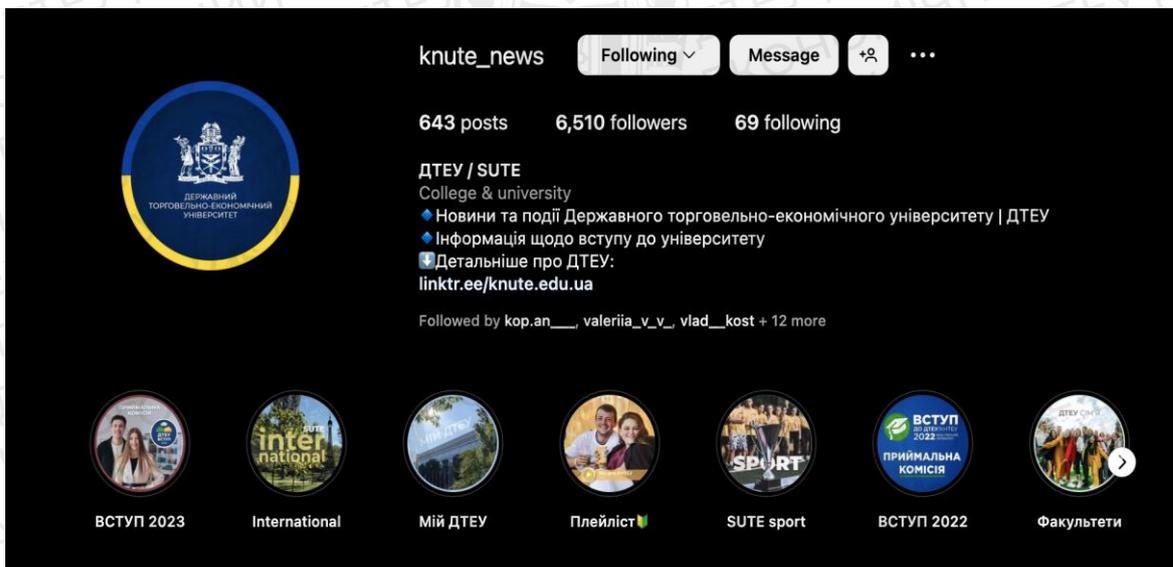


Рис. 1.13 Офіційна сторінка ДТЕУ в Інстаграм

4. Кампанії та конкурси: Університет може організовувати різноманітні кампанії та конкурси на своїй Інстаграм сторінці. Це можуть бути конкурси з фотографії, підписуванням, репостами та іншими активностями, які залучають аудиторію до взаємодії зі сторінкою та створюють більше обігу контенту.

5. Інтерактивність: Інстаграм також надає можливість проводити опитування, анкети та опитування прямо в Stories або через функцію коментарів. Університет може використовувати ці інструменти для збору думок, поглядів та відгуків від студентів та інших учасників спільноти.

Використання Інстаграм сторінки університету для online-комунікації може значно збільшити взаємодію з аудиторією, покращити

сприйняття університету та сприяти позитивному іміджу. Це платформа, яка дозволяє не лише передавати інформацію, але і створювати емоційний зв'язок із студентами, викладачами та іншими зацікавленими особами.

Ще одним каналом комунікації є Телеграм.

Телеграм канал ДТЕУ може бути ефективним інструментом для здійснення онлайн-комунікації з аудиторією (рис.1.14).

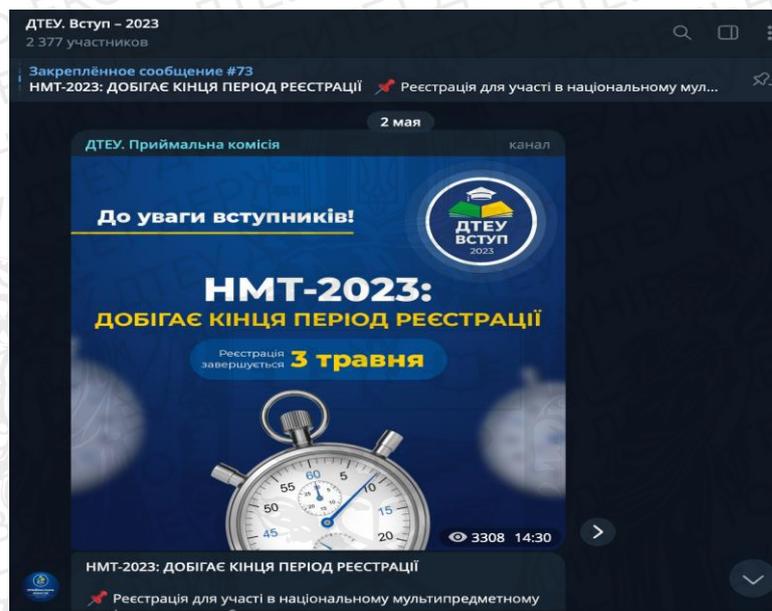


Рис. 1.14 Телеграм канал ДТЕУ «ДТЕУ. Вступ – 2023»

Ось кілька способів, як можна використовувати телеграм канал для комунікації:

1. Розповідь про актуальні події та новини: Телеграм канал може бути місцем, де університет ділиться актуальними новинами, оголошеннями та подіями, пов'язаними з життям університету. Це можуть бути оновлення з академічного розкладу, розклади лекцій, наукові досягнення, важливі зміни та інші повідомлення, які студенти та спільнота мають знати.

2. Публікація корисного контенту: Телеграм канал може використовуватися для розповсюдження корисного контенту, який стосується навчання, розвитку, кар'єри та інших аспектів студентського життя. Університет може публікувати посилання на корисні статті,

підручники, відеоуроки та інші матеріали, які можуть бути цікаві та корисні для студентів.

3. Запитання та відповіді: Телеграм канал може бути платформою для взаємодії зі студентами та відповіді на їх запитання. Університет може організовувати часові вікна для відповідей на запитання, створювати чат-бота для автоматичних відповідей або використовувати адміністраторів каналу для відповідей на конкретні запитання студентів.

4. Взаємодія та співпраця: Телеграм канал може бути місцем, де студенти та спільнота можуть спілкуватися, обмінюватися думками, ідеями та досвідом. Університет може створити канал для обговорень, де студенти можуть обговорювати теми, ставити запитання одне одному, співпрацювати над проектами та розвивати мережу контактів.

5. Проведення вебінарів та онлайн-курсів: Телеграм канал може бути платформою для проведення вебінарів, онлайн-курсів та інших освітніх заходів. Університет може повідомляти про такі заходи через канал, надавати посилання для реєстрації та сприяти доступу до якісного освітнього контенту.

Використання телеграм каналу ДТЕУ для ONLINE-КОМУНІКАЦІЇ дозволяє створити простір для взаємодії, інформування та спільного розвитку зі студентами, викладачами та іншими зацікавленими учасниками спільноти університету. Він доповнює інші комунікаційні канали та створює нові можливості для залучення та залучення аудиторії.

YouTube канал ДТЕУ є потужним інструментом для онлайн-комунікації зі студентами, викладачами та широкою аудиторією. Ось кілька способів, як можна використовувати YouTube канал для комунікацій.

1. Відеоінформаційні матеріали: YouTube канал може бути використаний для публікації відеоінформаційних матеріалів про університет. Це можуть бути відео про освітні програми, факультети, інфраструктуру, студентське життя, наукові досягнення та інші важливі

аспекти діяльності університету. Відеоінформація надає більш живий та привабливий спосіб ознайомлення зі всім, що пропонує університет.

2. Вебінари та лекції: YouTube канал може бути місцем проведення вебінарів та онлайн-лекцій. Університет може записувати лекції відомих викладачів або запрошувати експертів з різних галузей для проведення вебінарів з актуальних тем. Це дає можливість студентам та іншим зацікавленим особам отримувати якісну освіту та ділитися знаннями незалежно від місця і часу.

3. Рекрутинг та просування: YouTube канал може бути використаний для рекрутингу нових студентів. Університет може створювати відеоролики, які розповідають про переваги навчання в ДТЕУ, унікальність програм, можливості кар'єрного росту та успіхи випускників. Такі відео можуть привертати увагу потенційних студентів та сприяти їх розгортанню в університеті.

4. Розваги та відео-контент: YouTube канал може бути місцем публікації розважального та відео-контенту, який привертає увагу аудиторії. Університет може створювати відео, які показують студентське життя, спортивні заходи, культурні події та інші цікаві моменти, що відбуваються в університетському середовищі (рис.1.15).

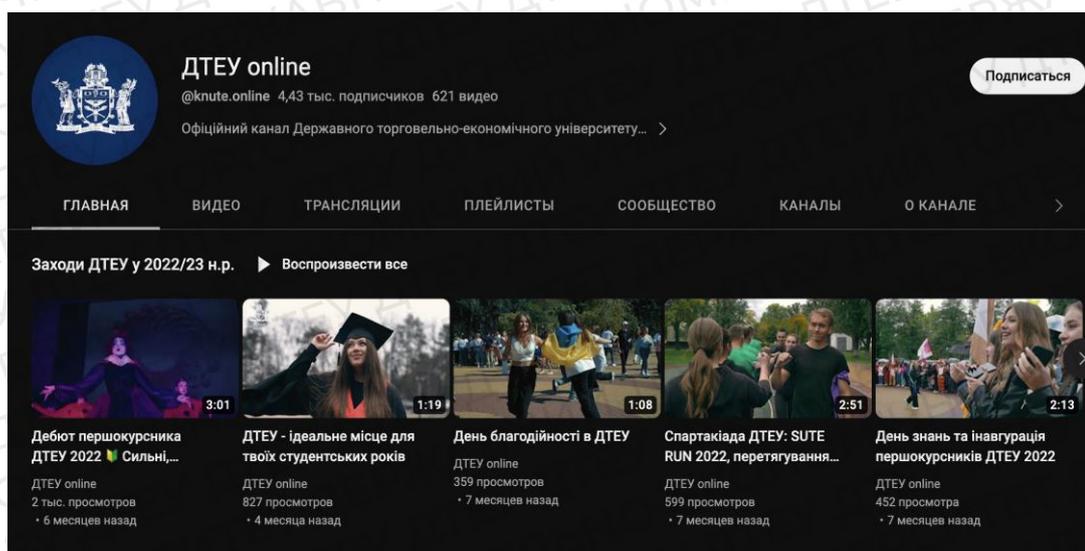


Рис. 1.15 YouTube канал ДТЕУ

Використання YouTube каналу ДТЕУ для комунікацій дає змогу залучати, інформувати та взаємодіяти з аудиторією університету. Відеоформат надає можливість передати інформацію більш ефективно та захопливо, а також розширює можливості взаємодії та співпраці зі студентами, викладачами та іншими зацікавленими особами.

Таблиця 1.1

Порівняльна таблиця різних видів онлайн - комунікацій ДТЕУ

Засіб комунікації	Опис	Переваги	Недоліки
Сайт	Офіційний веб-сайт ДТЕУ, що містить інформацію про університет, освітні програми, академічні досягнення, новини тощо.	- Широке охоплення інформацією; - Стабільність і доступність; - Можливість детального опису діяльності університету.	- Менша інтерактивність порівняно з іншими засобами; - Менша швидкість оновлення інформації.
YouTube канал	Канал на платформі YouTube, на якому публікуються відеоматеріали про університет, освітні програми, події, лекції та інше.	- Візуальна привабливість та динаміка відеоконтенту; - Велике охоплення аудиторії; - Можливість взаємодії та коментування відео.	- Вимагає більших зусиль для створення відео контенту; - Менша придатність для детального опису або довгих текстових матеріалів.
Телеграм канал	Канал у месенджері Телеграм, де публікуються короткі повідомлення, новини, анонси подій тощо.	- Швидка інформаційна реакція; - Більша інтерактивність, можливість коментування і взаємодії; - Оповіщення про оновлення за допомогою пуш-сповіщень.	- Обмежений обсяг текстової інформації; - Вимагає наявності месенджера Телеграм для користувачів.
Сторінка в Інстаграм	Офіційна сторінка університету в соціальній мережі Інстаграм, де публікуються фото- та відеоматеріали про події, студентського життя, активності тощо.	- Велика популярність серед молоді; - Візуальна привабливість та можливість швидкого сприйняття інформації; - Можливість взаємодії, коментування та поширення контенту.	- Обмежена можливість розміщення детальних текстових описів; - Менша придатність для широкого опису діяльності університету.

Джерело: розроблено автором.

Порівнюючи різні комунікаційні засоби, такі як сайт, YouTube канал, Телеграм канал та сторінка в Інстаграм, можна зробити наступні висновки:

1. Кожен засіб має свої переваги та недоліки, і вибір залежить від цілей комунікації та типу інформації, яку необхідно передати.
2. Сайт є основним джерелом інформації про університет та має широкий охоплення детальної інформації, але може бути менш інтерактивним порівняно з іншими засобами.
3. YouTube канал забезпечує можливість використання відеоконтенту для візуальної привабливості та взаємодії з аудиторією, але вимагає більше зусиль для створення відеоматеріалів.
4. Телеграм канал надає можливість швидкої інформаційної реакції та більшої інтерактивності, але обмежений обсягом текстової інформації та вимагає наявності месенджера Телеграм для користувачів.
5. Сторінка в Інстаграм привертає увагу молоді за допомогою візуального контенту та можливості швидкого сприйняття інформації, але має обмежені можливості розміщення детальних текстових описів.
6. Комбінування різних комунікаційних засобів дозволяє досягати більшої ефективності та залучати різноманітні аудиторії.

Отже, вибір комунікаційного засобу залежить від цілей, аудиторії та типу інформації, і оптимальна стратегія полягає в комбінації різних засобів для досягнення найкращого результату в онлайн-комунікації для ДТЕУ.

РОЗДІЛ 2 ТВОРЧЕ ПРОЕКТУВАННЯ

2.1. Удосконалення online – комунікацій Державного торговельно – економічного університету

У Державному торговельно – економічному університеті (ДТЕУ) існує кілька чатів у Telegram, де абітурієнти та студенти спілкуються з асистентами. Однак через великий обсяг повідомлень виникає проблема втрати запитань, що заважає ефективній комунікації. Для вирішення цієї проблеми ми розробили Telegram-бота, який допомагає асистентам уникати втрати повідомлень та економить час на пошук потрібних запитань (рис. 2.1).

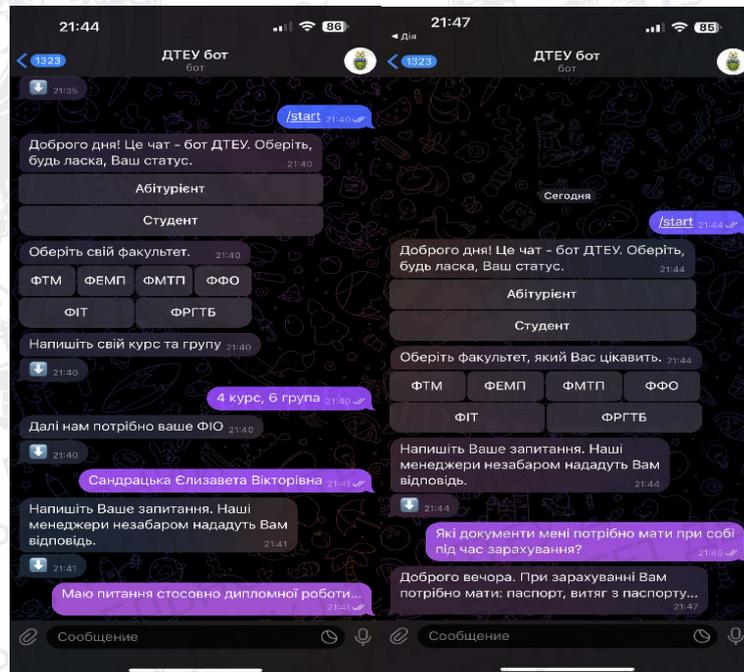


Рис. 2.1 Telegram-бот для студентів та абітурієнтів ДТЕУ
(Розробка автора)

Цей бот представляє набір запитань, на які студентам та абітурієнтам можуть надати відповіді. Після отримання запиту менеджери відповідають на запитання, використовуючи надані відповіді.

Потенційні абітурієнти та студенти часто ставлять запитання щодо факультету, який вони розглядають або на якому вже навчаються. Для

забезпечення ефективної комунікації та підтримки кожен факультет призначатиме кількох асистентів, які відповідатимуть на запитання.

Такі асистенти можуть надавати рекомендації щодо вибору курсу, розкладу занять, складних тем у навчальній програмі, а також поділитися власним досвідом і порадами для успішного навчання та досягнення академічних цілей.

Крім того, асистенти можуть слугувати цінним джерелом інформації про студентські можливості, клуби та організації, до яких можуть приєднатися студенти, спрямовуючи їх на різноманітні академічні, культурні та спортивні заходи. Вони також можуть запропонувати рекомендації щодо стажувань, програм обміну або додаткових освітніх можливостей, які можуть покращити загальний досвід студента.

Такий підхід покращує комунікацію та спрощує процес реагування на повідомлення в університетських Telegram-чатах для студентів та викладачів, які беруть участь у цих розмовах.

На YouTube-каналі університету ми пропонуємо створювати короткі відеоролики для абітурієнтів, в яких нинішні студенти будуть ділитися інформацією про спеціальності, що пропонуються в ДТЕУ. Іншими словами, кожна спеціальність матиме свій окремий відеоролик. Ми *розробили гайдлайн (інструкцію), який окреслює структуру та наповнення таких відеороликів.*

1. Вступ: Студент-ведучий представляється і називає спеціальність, яку він буде презентувати.
2. Опис спеціальності: Студент пояснює загальну суть та унікальні аспекти обраної спеціальності. Розповідає про знання та навички, які можна здобути, а також про можливості, які відкриваються перед випускниками.
3. Навчальний процес: Зі студентом обговорюють основні курси та предмети, які вивчаються в рамках обраної спеціальності. Вони надають загальну інформацію про практичні та теоретичні аспекти навчання.

4. Кар'єрні можливості: Студент ділиться потенційними кар'єрними шляхами, які можуть бути доступні для випускників спеціальності. Він згадує різні сфери, де можна працювати, і підкреслює перспективи кар'єрного зростання.

5. Висновок: Студент підсумовує ключові моменти, підкреслюючи важливість обраної спеціальності, і надає заключні зауваження для майбутніх студентів.

В рамках проекту будуть не лише створюватись короткі відеоролики, але й доповнюватись додатковими корисними матеріалами для абітурієнтів. Наприклад, надаватимуться посилання на додаткові ресурси, які даватимуть більш глибоке уявлення про кожну спеціальність, включаючи навчальний план, програми курсів, можливості для стажування та практичного досвіду.

Крім того, ми пропонуємо проводити онлайн - конференції та відкриті лекції, де майбутні студенти, які не мають змоги відвідувати дні відкритих дверей, зможуть поставити запитання студентам та викладачам університету. Це дозволить їм отримати додаткову інформацію та краще зрозуміти процедуру навчання на конкретній спеціальності.

Метою такого удосконалення онлайн – комунікацій є полегшення процесу вибору спеціальності, зробити його більш зрозумілим та доступним для майбутніх студентів.

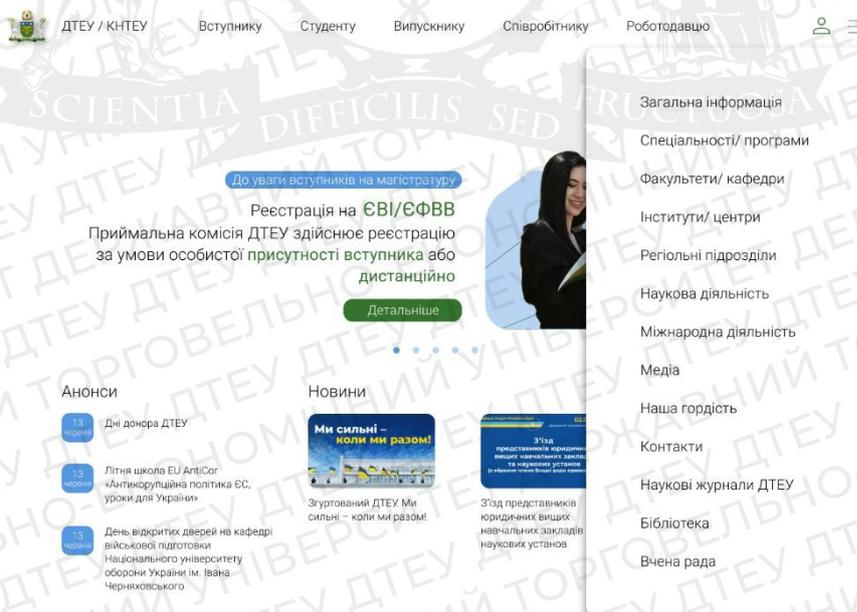
Також ми провели редизайн сайту ДТЕУ з метою покращення його візуальної привабливості та функціональності. По-перше, ми внесли зміни в дизайн, зменшивши кількість елементів, створивши більш просторий і чистий вигляд сторінок (рис.2.2).

Крім того, ми додали нові елементи та внесли зміни, щоб привести їх у відповідність до сучасних тенденцій дизайну та надати веб-сайту сучасного вигляду (додаток Б).



*Рис. 2.2 Оновлений дизайн головного екрану сайту ДТЕУ
(Розробка автора)*

Одним з ключових досягнень проекту стало впровадження нового меню, яке дозволяє користувачам швидко отримати доступ до додаткової інформації (рис. 2.3). Це значно полегшило навігацію по сайту та забезпечило зручний доступ до потрібних розділів і ресурсів.



*Рис. 2.3 Оновлений дизайн нового меню сайту ДТЕУ
(Розробка автора)*

Для забезпечення комфортного користування сайтом на мобільних пристроях ми провели адаптацію мобільної версії (додаток Б). Це означає, що користувачі можуть легко переглядати сторінки сайту за допомогою смартфонів або планшетів без будь-яких проблем, пов'язаних з версткою контенту або навігацією.

Крім того, ми додали на сайт новий елемент - посилання на розроблений нами Telegram-бот. Цей елемент призначений для того, щоб спрямувати студентів та абітурієнтів до зручного способу спілкування, де вони можуть отримати відповіді на свої запитання або обговорити важливі теми. Це покращить комунікацію та дозволить більш ефективно використовувати наявні на сайті інформаційні ресурси.

Загалом, ці зміни та доповнення спрямовані на покращення користувацького досвіду та забезпечення зручності користування сайтом ДТЕУ, а також його адаптацію до сучасних тенденцій та запитів користувачів.

2.2. Оцінка результативності удосконалення online – комунікацій Державного торговельно-економічного університету

Після впровадження удосконалення online – комунікацій, ми можемо очікувати, що Телеграм - бот допомагатиме уникнути втрати повідомлень, що часто виникає через великий обсяг запитань у Telegram-чатах. Він забезпечить більш ефективну комунікацію між абітурієнтами, студентами та асистентами, дозволяючи їм зосередитися на важливих питаннях і швидко отримувати відповіді.

Також у Телеграм - боті можна створити готові відповіді на набір запитань, що часто задають студенти та абітурієнти. Це допоможе асистентам економити час, оскільки вони зможуть швидко вибрати потрібну відповідь і надіслати її, замість того, щоб кожного разу писати нову відповідь на подібні запитання.

Завдяки боту асистенти можуть відповідати на запитання про різні факультети, що допоможе потенційним абітурієнтам отримати більше інформації для прийняття рішення про навчання. Це спростить процес вибору курсу і може збільшити кількість студентів, які обирають ДТЕУ.

Менеджери надаватимуть рекомендації стосовно вибору курсів, складних тем, розкладу занять та інших питань, пов'язаних з навчанням. А також можуть ділитися досвідом та порадами для успішного навчання, що допомагати студентам досягати своїх академічних цілей.

Також асистенти у Телеграм – боті можуть надавати інформацію про клуби, організації, стажування та інші можливості, які доступні студентам. Це сприяє більш активній участі студентів у різноманітних академічних, культурних та спортивних заходах, що збагачує їх загальний досвід.

В цілому, створення телеграм-бота для ДТЕУ покращить ефективність комунікації, забезпечить швидкий доступ до інформації та підтримку для студентів і абітурієнтів, а також спростить процес роботи асистентів та викладачів.

Що стосується впровадження коротких відео роликів на платформі YouTube, то ми можемо очікувати, що шляхом створення коротких відеороликів для кожної спеціальності, майбутні студенти отримають доступ до короткої та зрозумілої інформації про кожну програму навчання. Це полегшить їм процес вибору спеціальності та допоможе краще зрозуміти, чим саме займаються студенти на різних спеціальностях.

Короткі відео, які розкриватимуть унікальні аспекти кожної спеціальності та можливості для випускників, можуть привернути увагу абітурієнтів. Вони допоможуть створити цікаве та захоплююче враження про спеціальності, що пропонуються в університеті.

Опис спеціальностей та навчального процесу, який надається студентами, допоможе абітурієнтам зрозуміти, які предмети і курси вивчатимуться, які знання та навички можна отримати, а також які можливості відкриваються перед ними після закінчення навчання.

Надання додаткових матеріалів та ресурсів, таких як посилання на навчальні плани, програми курсів, можливості стажування і практичного досвіду та інше, забезпечить абітурієнтам більш глибоке уявлення про кожну спеціальність. Це допоможе їм зробити осмислений вибір та забезпечить належну підготовку до вступного етапу.

Організація онлайн-конференцій та відкритих лекцій, де абітурієнти можуть поставити запитання студентам та викладачам, надасть можливість отримати додаткову інформацію та зрозуміти, як проходить процедура навчання. Це сприятиме підвищенню довіри та залученості вступників до університету.

Впровадження описаної комунікації спростить процес вибору спеціальності для абітурієнтів. Інформаційна підтримка, доступність відеоматеріалів та можливість отримати відповіді на запитання допоможуть абітурієнтам зробити осмислений та обґрунтований вибір, забезпечивши їм впевненість у своєму рішенні.

Удосконалення дизайну сайту Державного торговельно-економічного університету може мати значний вплив на його функціональність, ефективність і загальний успіх.

Одним з головних результатів редизайну веб-сайту є покращення користувацького досвіду. Це є створення більш зручного та інтуїтивно зрозумілого інтерфейсу, де відвідувачі легко зможуть знайти потрібну інформацію, використовуючи зручну навігацію та швидкий доступ до ключових функцій. Поліпшений користувацький досвід сприятиме залученню більшої кількості відвідувачів та забезпечить їх задоволеність взаємодією з сайтом.

Удосконалення дизайну покращити візуальну привабливість сайту. Використання сучасного та привабливого дизайну, відповідно до вимог сучасних веб-стандартів, зробить сайт більш привабливим та естетично задовільним для відвідувачів. Це може включати в себе використання привабливих кольорів, пропорційних шрифтів, зручного розташування

контенту та якісних графічних елементів. Покращений візуальний дизайн сприятиме створенню позитивного першого враження та сприятиме залученню відвідувачів до подальшого взаємодії з сайтом.

Завдяки удосконаленому дизайну сайту можна збільшити рівень довіри відвідувачів до Державного торговельно-економічного університету. Професійний та добре оформлений веб-сайт створить враження надійності, авторитетності та солідності університету. Це може позитивно вплинути на сприйняття відвідувачами і зробити їх більш зацікавленими в отриманні додаткової інформації про університет та його послуги.

В цілому, удосконалення дизайну сайту Державного торговельно-економічного університету сприятиме поліпшенню взаємодії з відвідувачами, збільшить привабливість та довіру до сайту та сприятиме досягненню поставлених цілей ДТЕУ.

Таблиця 2.1

Цілі удосконалення online – комунікації ДТЕУ

Інструменти онлайн комунікацій	Методи удосконалення	Цілі удосконалення
Веб - сайт	Удосконалення дизайну сайту	Збільшення кількості відвідувачів
Telegram	Створення чат – боту та залучення перших 100 підписників	Залучення перших 100 підписників
YouTube	Впровадження нової рубрики	Приріст підписників – абітурієнтів та збільшення переглядів, лайків на нових запропонованих відеороликах

Основне завдання удосконалення online - комунікацій ДТЕУ – забезпечення покращення комунікації між студентами, абітурієнтами та

ДТЕУ, збільшення аудиторії на платформі YouTube та приріст підписників на чат-бота в Telegram.

Прогнозні результати удосконалення online - комунікації представлено в табл.2.2.

Таблиця 2.2

Прогнозовані результати удосконалення online – комунікацій ДТЕУ

Прогнозовані результати	Кількість
Залучення нових користувачів до Telegram - боту	100 користувачів
Кількість нових підписників на YouTube	300 підписників
Збільшення переглядів на YouTube	500 переглядів
Приріст відвідувачів веб - сайту	30%

ВИСНОВКИ

В результаті проведеного дослідження здійснено аналіз існуючих систем та платформ, що використовуються для online-комунікації ЗВО, проведено оцінку їх ефективності та визначено можливості їх подальшого розвитку відповідно до потреб університетського співтовариства. У випускній кваліфікаційній роботі розглянуті проблеми та перешкоди, з якими стикається ДТЕУ при впровадженні інструментів online-комунікації, та запропоновані рекомендації щодо їх подолання.

Проаналізувавши онлайн комунікацію ДТЕУ, ми встановили можливі методи збільшення кількості залучених абітурієнтів, покращення комунікації між студентами та представниками університету. У роботі було згадано такі методи розвитку комунікації як:

Розробка телеграм бота. Цей спосіб допоможе досягти як прискорення та спрощення отримання відповідей на запитання студентів та абітурієнтів, так і більш персоналізовану та професійно орієнтовану комунікацію. Наприклад, відповідати на запитання про різні факультети, що допоможе потенційним абітурієнтам отримати більше інформації для прийняття рішення про навчання, надавати інформацію про клуби, організації, стажування та інші можливості, які доступні студентам, надавати рекомендації стосовно вибору курсів, складних тем, розкладу занять та інших питань, пов'язаних з навчанням.

Створення YouTube каналу університету. Метою такого удосконалення є збільшення зацікавленості в Державному торговельно - економічному університеті в абітурієнтів та підвищення загальної усвідомленості у своїх спеціальностях у нинішніх та майбутніх студентів. Короткі відео, які розкриватимуть унікальні аспекти кожної спеціальності та можливості для випускників, можуть привернути увагу абітурієнтів. Вони допоможуть створити цікаве та захоплююче враження про спеціальності, що пропонуються в університеті.

Коментарі під відеороликами також можуть продовжити цей діалог і дати можливість людям поставити свої запитання або доповнити інформацію для відео. А відкриті лекції та онлайн конференції взагалі стануть інтерпретацією “Q&A” сесій, на яких можуть бути обговорені найпопулярніші теми, що також буде ефективним інформаційним ресурсом для учнів.

Редизайн офіційного сайту університету. Поліпшення досвіду користувача безсумнівно спростить і прискорить процес отримання потрібної інформації, що, в свою чергу, підвищить функціональну ефективність сайту. Нове розташування інформаційних блоків, дизайн елементів та медіаконтенту у поєднанні з мінімалістичним оформленням інтерфейсу зменшить загальну кількість дій користувача для отримання конкретної інформації, а також зробить навігацію по ресурсу більш інтуїтивною. Адаптація під мобільні пристрої суттєво збільшить кількість можливих користувачів і загалом добре позначиться на досвіді користування.

Всі ці заходи дозволять посилити та оптимізувати комунікацію, підвищивши інтерес до університету серед потенційних студентів, а також покращивши та прискоривши процес отримання інформації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Башинська І. О. Маркетингові комунікації підприємства у соціальних мережах Економічні науки. Сер. : Економіка та менеджмент. Збірник наукових праць. Луцький національний технічний університет. 2012. Вип. 9(1.1). С. 36-41.
2. Білоус В. С. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз в економічній діяльності): Навч. посіб. — К.: КНЕУ, 2005. — 275 с.
3. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підруч. [для студ. екон. спец. вищ. навч. закл.] / С.С. Гаркавенко. — [6-е вид., допов.]. — К.: Лібра, 2008. — 720 с.
4. Голяш І. Д. Маркетинговий аудит електронних ресурсів підприємства. Тенденції розвитку маркетингу в умовах економічних трансформацій : монографія. 2017. Терн. : ФОП Шпак В. Б. С. 79–92.
5. Грищенко І.М. Маркетингові основи комерційного посередництва: навч. посіб. / І.М.Грищенко – К.: Грамота, 2006. – 303 с.
6. ДТЕУ URL: <https://knuite.edu.ua/>
7. Коломицева О., Боковня А., Бурцева Т. Використання маркетингових комунікаційних технологій в інноваційному розвитку підприємств. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2016. Вип. 42 (2). С. 5–13.
8. Кузнецов В.Ф. Зв'язки з громадськістю. - 2006. - 300 с.
9. Мазур В. С. PR технології – ефективний інструмент сучасного управління [Монографія] // ТНЕУ, 2017. – 18 с.
10. Мазник Л.В. Зв'язки з громадськістю: [Електронний ресурс]: конспект лекцій для студентів напряму підготовки 6.030505 «Управління персоналом та економіка праці» галузі знань 0305 «Економіка і підприємництво» ден. форм. навчання. / Л.В. Мазник, О.М. Олійниченко. – К.: НУХТ, 2013. – 137 с.

11. Оболенська Т.Є. Маркетинг освітніх послуг: вітчизняний та зарубіжний досвід / Т.Є. Оболенська. – К. : КНЕУ, 2001. – 208 с.
12. Онлайн-покупки здійснюють 34% користувачів інтернету в Україні URL:<https://mind.ua/news/20197955-onlajn-pokupki-zdijsnyuyut-34-koristuvachiv-internetu-v-ukrayini> (дата звернення 18.03.2020)
13. Романенко Л.Ф. Маркетингові комунікації та оцінка їх ефективності. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2016. Випуск 21. Частина 2. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_21/2/25.pdf
14. Романенко Л.Ф. Маркетингові комунікації та оцінка їх ефективності. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2016. Випуск 21. Частина 2. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_21/2/25.pdf
15. Солдатенко І.О., Ненецька Т.М. Паблік рилейшнз у бізнесі: навч. посіб. для студ. БФ ф-ту спеціалізації «Зв'язки з громадськістю» / І.О. Солдатенко, Т. М. Ненецька. Харків: ХПІ, 2009. 111 с.
16. Типи сайтів. Сайт компанії «Спеціалізований центр БАЛІ» URL: <http://scbali.com/ua/webstudiya/typu-saytiv.html> (дата звернення 20.03.2020)
17. Україна лідирує за темпами зростання ринку інтернет-реклами в Європі – дослідження. URL: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/23006/2019-06-07-ukraina-lidirue-za-tempami-zrostannyarinku-internet-reklami-v-evropi-doslidzhennya/> (дата звернення 18.03.2020)
18. Що таке юзабіліті сайту. Сайт cityhost.ua URL: <https://cityhost.ua/uk/blog/chto-takoe-yuzabilitisayta.html> (дата звернення 12.03.2020)
19. Rayport J. F., Jaworski B. J. Introduction to e-commerce. McGraw-Hill Irwin Marketspace, 2003. 516 p.
20. SimilarWeb. URL: <https://www.similarweb.com/>.

ДОДАТКИ

Додаток А

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Головна > Організаційне та методичне забезпечення освітнього процесу

Організаційне та методичне забезпечення освітнього процесу

Усі події

Положення
Методичні рекомендації
Накази
Графіки

Опубліковано: 14.12.2022, 12:29
Оновлено: 14.12.2022, 13:24

Події

23 тра
XVI Міжнародна науково-практична конференція «Інтегровані інтелектуальні робото-технічні комплекси (IIPTK-2023)» 23-24 травня

7 чер
Науково-практична конференція «Проблеми експлуатації та захисту інформаційно-комунікаційних систем» 7-9 червня

14 чер
Студентський науково-практичний семінар «Інженерно-геодезичні вишукування»

Рис. А.1. Інформація про освітній процес в НАУ

Інформація Підрозділи університету Абітурієнтам Наука Студентам Ресурси Новини Пошук EN

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Підрозділи університету

Факультети

[Географічний факультет](#)
[Економічний факультет](#)
[Історичний факультет](#)
[Механіко-математичний факультет](#)
[Факультет інформаційних технологій](#)
[Факультет комп'ютерних наук та кібернетики](#)
[Факультет психології](#)
[Факультет радіофізики, електроніки та комп'ютерних систем](#)
[Факультет соціології](#)
[Фізичний факультет](#)
[Філософський факультет](#)
[Хімічний факультет](#)

Інститути

[Військовий інститут](#)
[Інститут післядипломної освіти](#)
[Інститут Управління державної охорони України](#)
[Навчально-науковий інститут високих технологій](#)
[Навчально-науковий інститут "Інститут геології"](#)
[Навчально-науковий інститут журналістики](#)

Рис. А.2. Підрозділи Київський національний університет ім. Т.араса Шевченка

Национальний технічний університет України
"Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського"

Головна

Лідер технічної освіти України

Ректор КПІ ім. Ігоря Сікорського, Академік
Национальної академії наук України, доктор технічних наук, Заслужений діяч науки і техніки України, Лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки, Лауреат премії В.М.Глушкова НАН України, професор **Згуровський Михайло Захарович**
тел.: (+38 044) 204-94-94 (довідкова служба), 204-85-57
e-mail: mzz[at]kpi.ua

Київський політехнічний інститут (з 2016 року – Национальний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» - КПІ ім. Ігоря Сікорського) засновано 1898 року. За роки існування він підготував майже 380 тисяч фахівців, з них понад 70 тисяч – у роки незалежності України.

UNIVERSITET

Університет сьогодні 821 Share

Керівництво

Структура університету

Адміністративні новини

Офіційна інформація

Інститути & факультети

Історія

Міжнародне співробітництво

Адреса та карта

Рис. А.3. Розділ «Університет сьогодні»

Київський політехнічний університет імені Ігоря Сікорського

Оголошення всі

- Навчання за програмою Еразмус+ у Польщі**
У рамках проєктів програми ЄС Еразмус+ за...
- Конкурс на навчання в Краківському університеті економіки за програмою обміну студентами**
Оголошується конкурс на навчання в Краківському університеті...
- ДТЕУ оголошує конкурсний відбір на заміщення науково-педагогічних посад**
Державний торговельно-економічний університет оголошує...

Телефонний довідник

Контакти

Контактні телефони:

Телефонна довідкова служба	+380 44 531-31-73	
Інформаційно-консультаційний центр приймальної комісії	+380 44 531-48-88	pk@knute.edu.ua
Відділ організації та контролю діловодства	+380 44 531-47-41	knute@knute.edu.ua
Центр укладання договорів	+380 44 531-48-50, 531-48-51	
Центр підготовки до ЗНО	+380 044-531-48-97 531-49-91 531-49-26	
Підготовче відділення для іноземців та осіб без громадянства	+380 44 531-49-23	
Відділ міжнародних зв'язків	+380 44 531-47-14, 531-47-44, 531-63-45	interdept@knute.edu.ua
Відділ організаційно-виховної роботи та інформаційного забезпечення	+380 44 531-49-48 531-31-06	info@knute.edu.ua
Бібліотека	+380 44 531-47-86	libr@knute.edu.ua

Рис. А.4. Розділ «Контакти» ДТЕУ



Рис. Б 1. Дизайн головного екрану веб – сайту ДТЕУ
(Розробка автора)

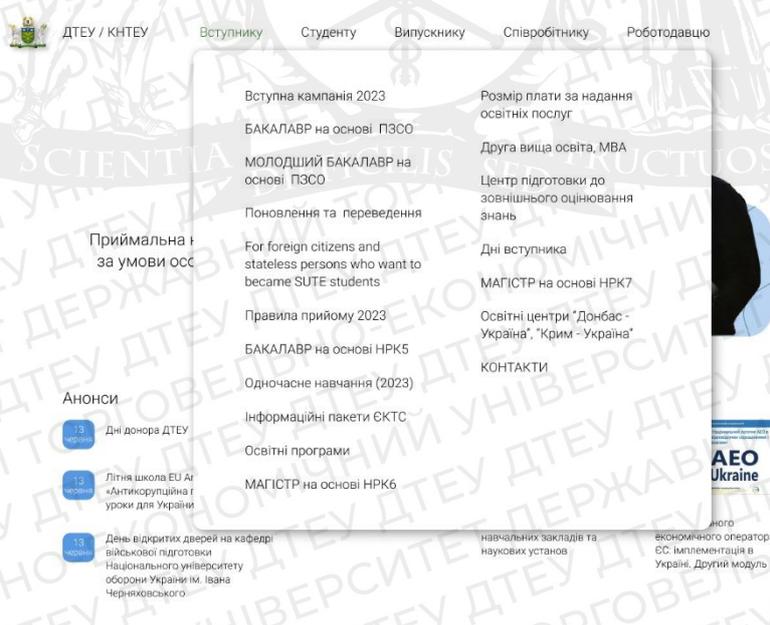


Рис. Б.2 Дизайн верхнього меню веб – сайту ДТЕУ
(Розробка автора)

Додаток Б (продовження)

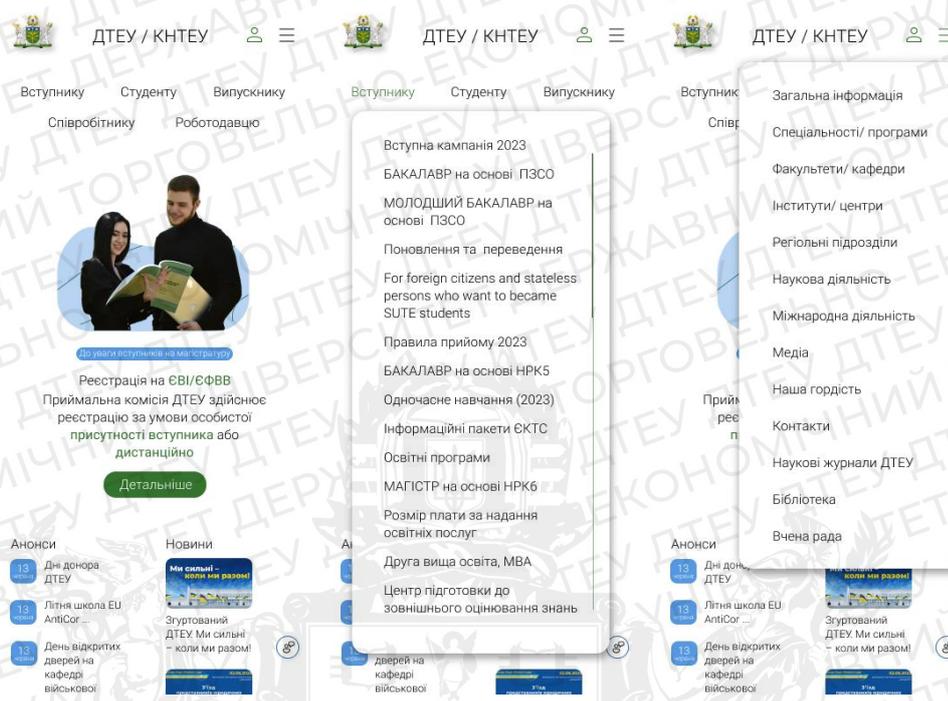


Рис. Б. 3 Дизайн веб – сайту ДТЕУ для телефону
(Розробка автора)