

Державний торговельно-економічний університет
Кафедра журналістики та реклами

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«РОЗРОБКА РЕКЛАМНОЇ ЕКОСТРАТЕГІЇ
ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ»**

(за матеріалами Державний торговельно-економічний університет, м. Київ)

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

Полоус
Максим
Андрійович

Науковий керівник
кандидат економічних наук,
доцент кафедри журналістики та
реклами



Лісун
Яніна
Вікторівна

Гарант освітньої програми
доктор економічних наук,
професор кафедри журналістики
та реклами

Файвіщенко
Діана
Сергіївна

Київ 2023





ЗМІСТ

ВСТУП..... 5

РОЗДІЛ 1. АНАЛІТИЧНА ЗАПИСКА..... 7

1.1. Екостратегії в системі вищої освіти..... 7

1.2. Характеристика діяльності та екологічної активності ДТЕУ..... 17

РОЗДІЛ 2. ТВОРЧЕ ПРОЕКТУВАННЯ..... 25

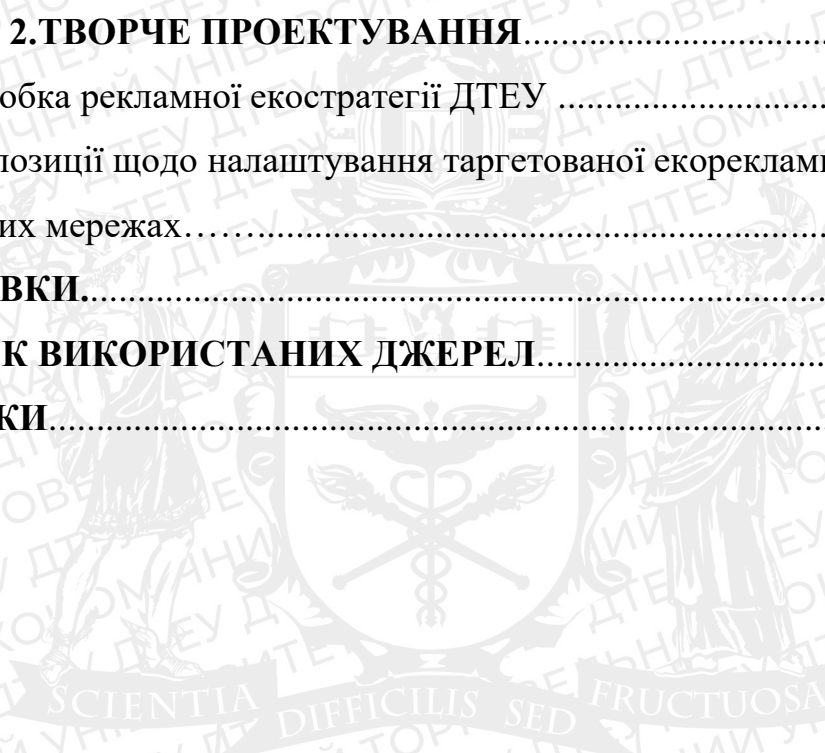
2.1. Розробка рекламної екостратегії ДТЕУ 25

2.2. Пропозиції щодо налаштування таргетованої екореклами ДТЕУ в соціальних мережах..... 26

ВИСНОВКИ..... 33

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... 37

ДОДАТКИ..... 40



ВСТУП

Глобальні проблеми сучасності в цілому і екологічних проблеми зокрема відображаються на діяльності системи освіти та діяльності закладу вищої освіти (ЗВО). Сучасну ситуацію в сфері екології слід прив'язувати до фактору формування в студентів здатності до пошуку способів і засобів компенсації негативного впливу на природу результатів людської діяльності таким чином, щоб критерієм освоєння навколишнього середовища ставала природа. Проблема формування екологічної свідомості студентів закладу вищої освіти – це соціально-педагогічна проблема. Її рішення виводить людину на цілісне сприйняття екологічних проблем, яка повинна стати невід'ємною складовою частиною мислення і свідомості, перетворитися в необхідний компонент культури.

У науці та практиці існує чимало праць, у яких порушено проблеми екологічного виховання, зокрема виховання екологічної відповідальності та культури особистості. Так, проблема взаємозв'язку природи і людини висвітлено у працях А. Захлебного, Я. Коменського, В. Крисоченко, Г. Пономарьової, О. Пометун, Н. Пустовіт, Г. Сковороди, В. Сухомлинського, К. Ушинського. Дослідженням екологічної освіти як одного з напрямів формування екологічної культури цікавилися С. Глазачев, В. Горлачов, Н. Дежнікова, О. Козлова, І. Мазур, О. Тавстуха.

У сучасних умовах, коли конкуренція на ринку стає все більш жорсткою, наявність ефективної стратегії реклами та PR-комунікацій стає визначальним фактором для досягнення конкурентних переваг. Тому питання розробки рекламної екостратегії закладу вищої освіти є надзвичайно актуальними.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є розробка теоретичних та практичних рекомендацій щодо розробки рекламної екостратегії закладу вищої освіти, з метою підвищення рівня свідомості цільової аудиторії щодо екологічної складової та соціальної відповідальності закладу вищої освіти.

Мета дослідження обумовила постановку та вирішення ряду завдань:

- дослідити екостратегії в системі вищої освіти;
- проаналізувати діяльність та екологічні активності ДТЕУ
- розробити рекламну екостратегію ДТЕУ;
- деталізувати пропозиції щодо налаштування таргетованої екореклами ДТЕУ в соціальних мережах.

– розробити стратегічний та тактичний плани рекламної та PR-діяльності КНТУ, що передбачає визначення мети та завдань рекламної та PR-стратегії, вибір цільової аудиторії, розробку комунікаційного плану, визначення бюджету та розподіл ресурсів між різними каналами реклами та PR.

Об'єктом дослідження є рекламна діяльність Державного торговельно економічного університету.

Предметом дослідження є екологічна складова діяльності Державного торговельно-економічного університету на стратегічному рівні.

У роботі були використані такі методи: діалектичний метод пізнання, системний, комплексний та структурно-функціональний підхід, кількісний аналіз, статистичний, методи дедукції та індукції, аналізу та синтезу.

Основними джерелами випускної кваліфікаційної роботи виступають періодичні статті, публікації вітчизняних та зарубіжних науковців, підручники, офіційна інформація ДТЕУ, ресурси Інтернет.

Структура випускної кваліфікаційної роботи: робота складається зі вступу, двох розділів, підрозділів, висновку, списку використаної літератури та додатків. Робота загальним обсягом 42 сторінки основного тексту, перелік використаних джерел 25 найменувань.

РОЗДІЛ 1. АНАЛІТИЧНА ЗАПИСКА

1.1. Екостратегії в системі вищої освіти

Екологічні стратегії є одним із центральних елементів екологічного менеджменту на стратегічному рівні. Вони являють собою сполучні ланки між нормативною екологічною політикою й оперативними екологічними порогоми. На сьогодні в Україні існує розвинута система законодавчої бази у галузі природокористування та охорони навколишнього природного середовища, що включає окремі статті Конституції України, цілий ряд законів України (Закони України «Про охорону навколишнього природного середовища», «Про охорону атмосферного повітря», «Про відходи», «Про оцінку впливу на довкілля», «Земельний кодекс України», «Водний кодекс України», «Кодекс про надра», Стратегічну екологічну оцінку (СЕО) тощо, а також цілий ряд постанов, указів, підзаконних актів [1-3].

В сучасних умовах стрімкого розвитку технологій, екологізація знань забезпечить екологізацію традиційної економіки, приведення її у відповідність із законами природи, підготовку і виховання студента з принципово новим способом економічного мислення, а в остаточному підсумку – до гармонійного співіснування суспільства і природи, формування майбутньої екологічної цивілізації. Екологізацію національної освіти МОН України розглядає як важливе стратегічне завдання, про що свідчать Рішення Колегії МОН України № 10/6-4 від 27.11.2015 р. «Про екологізацію освіти з метою підготовки фахівців для сталого розвитку». Вказаний документ рекомендує в стандарти вищої освіти включати екологічну компетентність майбутніх фахівців до переліку загальних компетентностей, а також включати екологічну складову до змісту навчальних дисциплін усіх галузей знань.

Сучасна екологічна ситуація спонукає до швидкої перебудови мислення людства і кожної конкретної людини, формування екологічної свідомості та екологічної культури.

Екологічна стратегія – це метод, за допомогою якого визначаються основні довгострокові цілі та завдання розвитку екологічного об'єкту в системі довкілля-соціум-економіка, розробка курсу дій і розподілу ресурсів, необхідних для забезпечення здійснення місії і досягнення поставлених цілей на основі відтворення природного і соціально-економічного потенціалу. Якщо вважати мету об'єкта стратегування пунктом призначення, то стратегія буде дорожньою картою, яка вказує шлях до цього місця призначення.

В основу виділення екологічних стратегій покладено наступні критерії: функціональність, сфера формування стратегій і специфіка об'єктів стратегування. Виходячи з цих критеріїв виділено наступні види екологічних стратегій: біфуркаційна, еко-інноваційна, еко-ефективності, технологічна, міжнародна, еко-модернізації, адаптаційна.

Біфуркаційна стратегія передбачає застосування таких механізмів та методів впливу, що при зміні соціо-економічних параметрів функціонування та розвитку соціо-екологоекономічної системи забезпечується становлення в ній нового порядку.

Еко-інноваційна стратегія. Невпинне зростання попиту на екологічно чисті продукти, товари, технології, енергію забезпечує зростання сектора еко-інновацій, який за темпами розвитку випереджає сектор ІКТ. Еко-інновації сприяють сталому розвитку і забезпечують екологічну безпеку.

Стратегії еко-інновацій, як процес створення і використання екологічно орієнтованих нововведень., а саме:

– технологічні (процесні) інновації: розроблення, створення і впровадження ощадних технологічних процесів на засадах парадигм промислової екології, замкнутих виробничих циклів і каскадних технологій використання ресурсів, а також довкільних технологій;

– технічні інновації – розроблення і використання ресурсозберігаючої, багатофункціональної і ремонтпридатної техніки, використання якої створює мінімальні навантаження на довкілля;

– продуктові інновації – розроблення і виробництво дружніх для довкілля товарів і послуг.

Еко-інноваційними вважають вироби (послуги), які зменшують вплив на довкілля впродовж усього життєвого циклу;

– маркетингові інновації – освоєння нового джерела постачання екологічно безпечних сировини і напівфабрикатів та маркетинг інновацій;

– впровадження нових організаційних форм та управлінських структур як застосування нових методів у практиці бізнесу, організації робочого простору або в зовнішніх зв'язках організацій, а також навчання та перепідготовки персоналу;

– регулятивні інновації – формування системи альтернативних інструментів, механізмів та інституцій регулювання, стимулювання та дестимулювання діяльності економічних агентів відповідно до принципів сталого розвитку;

– освітні та інформаційні інновації – формування проактивного мислення всіх учасників процесу природокористування через інститути формальної, неформальної та інформальної освіти для сталого розвитку, інформування та нові знання [8, с. 18].

Стратегія еко-ефективності розглядає економіку як підсистему екосистеми. Згідно з визначенням World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), еко-ефективність досягається при виробництві конкурентноспроможних товарів і послуг, що повністю задовольняють потреби споживачів і поліпшують якість життя за умови поступового зниження ресурсоемності і шкідливого впливу на навколишнє середовище, яке повинне скорочуватися доти, поки не досягне як мінімум тієї межі, коли Земля вже буде здатна самотійно долати ці впливи. Таким чином, стратегія

еко-ефективності являє собою втілення ідеї сталого розвитку стосовно до бізнесу.

Заклад вищої освіти, що прагне бути еко-ефективним, має працювати в таких напрямках:

- зменшувати матеріаломісткість своїх товарів та послуг (наприклад, максимально забезпечувати документообіг в електронному вигляді, а не на папері);
- скорочувати енергоспоживання;
- зменшувати поширення всіх видів токсичних речовин;
- підвищувати можливість вторинного використання матеріалів (наприклад друк на зворотній стороні вже використаного офісного паперу);
- збільшувати стале використання відновлювальних ресурсів;
- збільшувати довговічність (термін використання) своєї продукції, обладнання;
- нарощувати сервісне обслуговування своїх товарів та послуг (наприклад ремонтувати меблі, комп'ютери) [10].

Таким чином, еко-ефективність – це відносна комплексна величина, що відображає співвідношення двох абсолютних змінних: екологічної й фінансової результативностей. ,

$$Ee = F/EP, de$$

Ee – еко-ефективність;

F – фінансова результативність;

EP – екологічна результативність.

Дана формула дає зрозуміти, що принцип еко-ефективності засновано на прагненні досягнення економічної вигоди за рахунок зниження впливу на навколишнє середовище й скорочення використання природних ресурсів.

Технологічна екологічна стратегія. Перехід від національно-індустріального суспільства до глобального високотехнологічного

супроводжується поглибленням нестабільності, найістотнішим виявом якої є глобальна екологічна криза. Тому актуальними є екологічні технології.

Міжнародна екологічна стратегія. Концепція національної стратегії екологічної політики вимагає врахування сучасних міжнародних принципів співіснування людства і довкілля, вироблених на основі світового досвіду, перспектив та протиріч імплементації екологічної політики урядами світових держав, міжнародними організаціями.

В умовах глобалізації економічного простору питання екологічної безпеки набувають геополітичного характеру, впливаючи на процеси прийняття політичних рішень на світовому рівні. Міжнародна екологічна безпека безпосередньо пов'язана з необхідністю підтримки на міжнародному рівні глобального природно-ресурсного потенціалу й необхідної якості навколишнього середовища

Стратегія екологічної модернізації. Екологічна модернізація – це зміна екологічної політики держави, результатом якої буде підвищення якості життя й економічної ефективності, забезпечення «зеленого зростання» економіки та енергетики, збереження і відновлення природного середовища. Рушійною силою екомодернізаційних процесів може стати громадянське суспільство.

Залежно від ступеня врахування екологічних вимог і норм стратегії діляться на пасивні і активні. *Пасивна екологічна стратегія* обмежується виконанням існуючих екологічних законів, стандартів, нормативів. Активна екологічна стратегія бізнесу (закладу вищої освіти) полягає в тому, що протиріччя між економікою та охороною навколишнього природного середовища вирішуються на більш глибокому рівні.

Застосування певної стратегії за тих чи інших умов обумовлено наступними факторами:

- існуючим станом соціо-екологоекономічної системи;
- місією і метою, що реалізуються в рамках стратегії;

– кількістю та якістю змін у соціоеколого-економічній системі. Екологічна стратегія повинна фокусуватись на суспільних інтересах. Вона має бути довгостроковою, опиратися на інновації, на посилення наших можливостей, стати основою для розробки планів дій неурядових організацій. Реалізація такої стратегії можлива лише при партнерській взаємодії органів державної влади, недержавних організацій і об'єднань, структур бізнесу, громадян країни, а також міжнародних природоохоронних організацій і благодійних фондів.

Основними об'єктами екологічної безпеки виступають людина (особистість) з її правом на здорове й сприятливе для життя навколишнє природне середовище; суспільство з його матеріальними й духовними цінностями, що залежать від екологічного стану території; сприятлива екосистема регіону як основа сталого розвитку суспільства й благополуччя майбутніх поколінь.

Екологічну культуру характеризує низка складників, а саме:

- відповідний рівень екологічних знань (природничі, соціальні, гуманітарні, культурологічні, технічні) [10, 23];
- екологічна відповідальність, екологічна свідомість, екологічне мислення;
- наявність морально-етичних почуттів і переконань, викликаних взаємодією зі світом природи;
- необхідні практичні вміння, навички, стійка мотивація та зацікавленість у здійсненні природоохоронної діяльності;
- екологічно впевнена поведінка, яка засвідчує трансформацію наявних екологічних знань і мислення в рутинну норму дій, учинків і активну екологічну позицію людської істоти.

Найголовнішими завданнями екологічної освіти щодо формування екологічної культури в майбутніх педагогічних фахівців є такі:

- розуміння наявних світових і державних екологічних проблем, усвідомлення їхньої актуальності, значущості й універсальності;

- засвоєння ціннісних орієнтацій як кращих досягнень загальнолюдської та національної культур, усвідомлення цінності багатогранної дивовижної природи;
- формування екологічної відповідальності кожної особистості за глобальний стан довкілля;
- забезпечення необхідними екологічними знаннями, формування дослідницьких умінь і навичок, орієнтованих на розвиток підприємливої, винахідливої, активної особистості, що здатна вирішувати екологічні проблеми;
- формування прогностичних, проєктних, моделювальних умінь особистості;
- розвиток умінь і навичок ухвалювати відповідальні рішення щодо вирішення різноманітних екологічних проблем, оволодіння нормами екологічно відповідальної поведінки;
- формування дбайливого, свідомого ставлення до світу природи [8].

Екологічна культура є результатом екологічної освіти і виховання, метою якої є забезпечення людства синергетичними науковими знаннями, поглядами, переконаннями, що є міцним фундаментом відповідального ставлення до навколишнього середовища (рис.1.1).

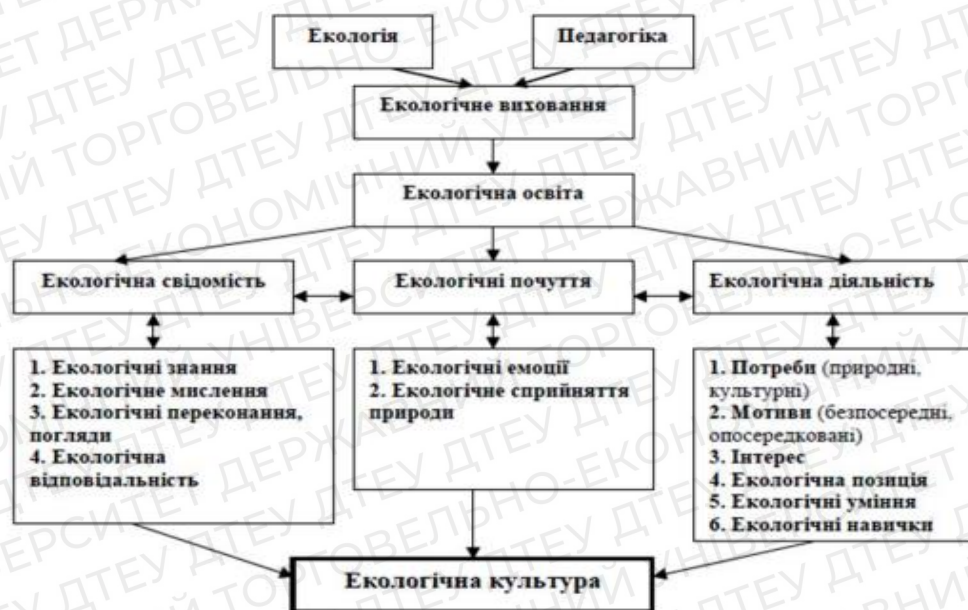


Рис. 1.1. Структура поняття «екологічна культура» [23]

Провідними напрямами діяльності педагогічних закладів вищої освіти, орієнтованими на виховання екологічної культури молодих людей, є такі:

- розвиток внутрішньої потреби в пізнанні природи;
- формування ціннісних орієнтацій щодо екологічних проблем;
- освоєння норм екологічних дій, учинків, поведінки;
- залучення молодого покоління до активної природоохоронної діяльності;
- сприяння трансформації набутих знань в особисті переконання, естетичні смаки, моральні норми ставлення до природи.

Обґрунтування доцільності запровадження екологічної самодостатності ЗВО вимагає постановки гіпотез, які підлягали вивченню в ході даного дослідження.

Гіпотеза 1. Ефективний розвиток повноцінного локального господарювання в рамках невеликих спільнот (якими є заклади вищої освіти) та (або) малого бізнесу, забезпечує різноманітність, самоокупність та самодостатність будь-якої спільноти, включаючи ЗВО.

Гіпотеза 2. Економічний підхід до концепції сталого розвитку має на меті оптимальне використання обмежених ресурсів та (або) використання екологічно-, природно-, енерго- та матеріальнозберігаючих технологій, враховуючи видобування та перероблення сировини, створення екологічної продукції, мінімізацію, перероблення та утилізацію відходів.

Гіпотеза 3. З екологічної точки зору, сталий розвиток повинен забезпечувати цілісність будь-якої системи. Особливе значення має життєздатність екосистеми (якою є ЗВО). Основна увага приділяється здатності такої системи до запровадження самодостатності та адаптації при динамічній зміні зовнішніх факторів (а не прагнення до статичного стану).

Зменшення природних ресурсів, забруднення навколишнього середовища та збільшення витрат на утилізацію відходів суттєво зменшують

екологічну самодостатність будь-якої організації та знижують її потенційні можливості.

Формулювання цих трьох гіпотез обумовлене тим, що вони дають можливість дослідити базовий (основоположний) зв'язок між такими різномірними поняттями як: заклад вищої освіти; самодостатність; екологія; економіка. Економічну основу самодостатності будь-якої організації становлять: природні ресурси; залучені кошти; сировина, придатна для вторинного використання (в той чи інший спосіб). ЗВО володіють, користуються і розпоряджаються такими ресурсами.

Тому, власне, рекомендується використовувати, так званий ресурсний підхід до системи внутрішнього управління ЗВО, який полягає в тому, щоб визначити доцільність його запровадження саме в закладах освіти в цілому і вищої, зокрема, відповідно до адміністративно-територіального утворення стосовно ресурсів, якими вони володіють, розпоряджаються чи управляють. І від цього слід відштовхуватися за повноваженнями, відповідальності та фінансової (бюджетної) самодостатності (рис. 1.2).

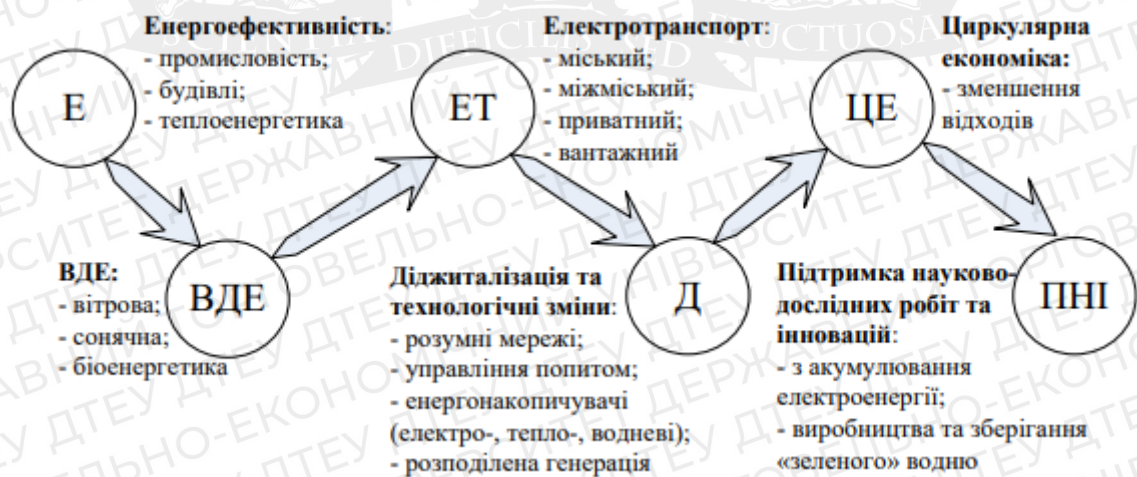


Рис. 1.2. Основні напрями «зеленого енергетичного підходу» [23]

Основоположна мета цього підходу полягає в чіткому виявленні ресурсів, потрібних для функціонування екологічної самодостатності ЗВО, а також при прийнятті рішень щодо екологоекономічного використання

вторинних ресурсів. Використання ресурсного підходу доцільне лише після отримання конкретної прогнозованої оцінки в рамках визначення обсягу вторинних ресурсів та доцільності їх використання. Ризиком може бути необ'єктивний розрахунок потенційних можливостей без урахуванням об'єктивних і суб'єктивних факторів. В умовах ринку «логіка» державних структур на протигагу комерційним організаціям є дещо інертною і повинна бути замінена новими гнучкими і життєздатними підходами, які оптимально з достатньою ефективністю поєднують переваги централізації і децентралізації, а також елементів професійного самоврядування [1, 2].

Реалізація мети екологічної освіти в сучасних закладах вищої освіти базується на засадах комплексного розкриття екологічних проблем; зв'язках і взаємозв'язках теоретичних знань із практичною діяльністю студентів у даному напрямі; органічне включення екологічних аспектів у зміст навчальних дисциплін, які розкривають взаємодію людства і довкілля; інтеграції навчальних занять із заняттями серед природи (екскурсії, екологічні практикуми, екологічні акції, лекції, навчально-польова практика, екологічні табори тощо); застосування інтерактивних і проблемних методів, технологій навчання і виховання. На значну увагу заслуговує питання виховання екологічної культури в майбутніх педагогічних кадрів у процесі вивчення навчальних дисциплін. Тому вкрай необхідно до навчальних планів включати дисципліни екологічного спрямуван

1.2. Характеристика діяльності та екологічної активності ДТЕУ

Державний торговельно-економічний університет (ДТЕУ) – провідний український навчальний заклад, який пропонує широкий спектр освітніх програм у різних сферах. ДТЕУ відомий своєю високоякісною освітою, що відображається в успішності його випускників на ринку праці [14]. Університет пропонує студентам і викладачам програми бакалаврату, магістратури та аспірантури, а також дослідницькі можливості [14]. ДТЕУ прагне забезпечити всебічну освіту, яка готує студентів до успішної кар'єри в обраній ними сфері.

ДТЕУ відомий своєю інноваційною та творчою діяльністю. Університет заохочує своїх студентів і викладачів мислити нестандартно та висувати нові та оригінальні ідеї. Ця спрямованість на інновації та креативність очевидна в дослідницьких проектах університету, які часто стосуються складних і передових тем. ДТЕУ також наголошує на важливості креативності у своїх освітніх програмах, заохочуючи студентів розвивати навички критичного мислення та досліджувати нові ідеї [14]. Такий акцент на інноваціях та креативності є ключовою характеристикою діяльності ДТЕУ.

ДТЕУ бере активну участь у громадському житті, залучаючи місцеві організації та пропагуючи соціальну відповідальність. Університет заохочує своїх студентів і викладачів брати участь у громадських проектах і волонтерській роботі, виховуючи почуття громадянської активності та відповідальності [14]. ДТЕУ також співпрацює з місцевими підприємствами та галузями промисловості, надаючи можливість студентам отримати практичний досвід і розвинути свої професійні навички. Таке залучення громади є важливим аспектом діяльності ДТЕУ, що відображає прагнення університету служити потребам своєї громади [14].

ДТЕУ приділяє велику увагу професіоналізму та компетентності в усіх видах діяльності. Університет прагне забезпечити високоякісну освіту та дослідницькі програми, гарантуючи, що його студенти та викладачі добре

підготовлені та компетентні у своїх галузях. Професорсько-викладацький склад ДТЕУ висококваліфікований і досвідчений, багато з яких мають вчені ступені та професійні сертифікати [7]. Цей фокус на професіоналізмі та компетентності очевидний у суворих академічних стандартах університету та прагненні до досконалості, що робить ДТЕУ лідером у галузі економічної освіти. Від ступеня екологічної самодостатності ЗВО та рішень, що приймаються на його основі, його бюджету та фінансових можливостей, рівня сталого розвитку регіону, в якому знаходиться ЗВО, виду місцевих податкових зборів, прав і обов'язків місцевих органів державного управління і самоврядування залежать успішність запровадження еколого-економічного використання вторинних ресурсів, а відповідно – і екологічної самодостатності ЗВО. Іншими словами, включається фінансовий механізм саморозвитку ЗВО як адміністративно-територіального утворення (рис. 1.3).

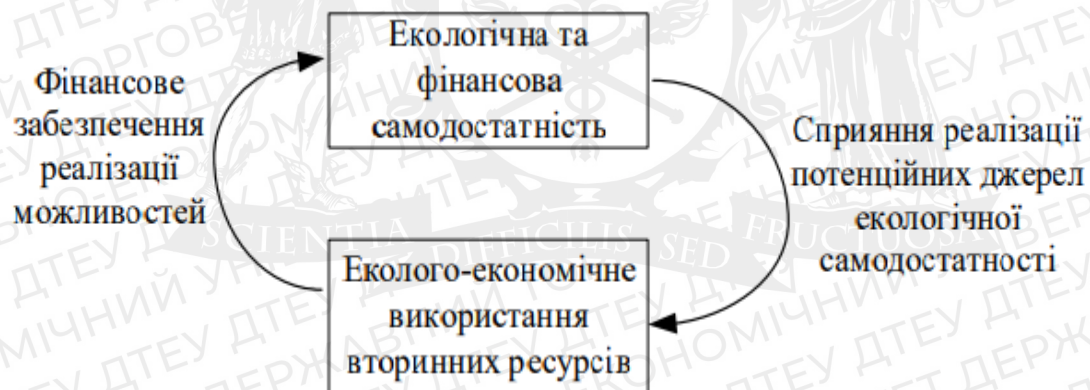


Рис. 1.3. Економічний механізм екологічної самодостатності ЗВО [23]

В умовах трансформації економіки України, паралельно з удосконаленням системи дотації державного фінансування ЗВО, перехід на самоокупність та незалежний розвиток ЗВО в загальному, їх роль у формуванні консолідованого бюджету буде зростати, як і ступінь фінансової самодостатності ЗВО. Невід'ємною вимогою забезпечення механізму самофінансування (в тому числі і завдяки екологічній самодостатності) є регламентоване закріплення потенційних джерел екологічної самодостатності як окремі статті доходу (прибутку) відповідними пунктами у

законодавчих актах на постійній основі. На наш погляд, це доцільно зробити в Законі України «Про відходи», таким чином, заклавши фінансовий фундамент у систему екологічної самодостатності ЗВО. Оскільки, ЗВО не володіють достатнім методологічним досвідом в розробленні цих механізмів, необхідні більш детальні напрацювання і в інших законодавчих актах (наприклад, в Податковому кодексі). Мова йде про зменшення фінансових витрат на переробку відходів за умови екологічної самодостатності ЗВО (рис.1.4).



Рис. 1.4 Підхід екологічного прогресу до управління екологічною діяльністю [23]

Важливу роль у просуванні діяльності та послуг, екологічних ініціатив відіграє веб-сайт ДТЕУ. Веб-сайт надає інформацію про навчальні програми університету, можливості дослідження та позакласні заходи. Він також служить платформою для спілкування між студентами, викладачами та співробітниками [7]. Веб-сайт регулярно оновлюється новинами та подіями,

пов'язаними з університетом, що допомагає тримати студентів і викладачів в курсі останніх подій. Веб-сайт також надає доступ до різноманітних ресурсів, таких як онлайн-бібліотеки та бази даних, які необхідні для дослідження та навчання [14]. Загалом веб-сайт ДТЕУ є важливим інструментом для просування діяльності та послуг університету, а також для сприяння комунікації та співпраці між зацікавленими сторонами.

Веб-сайт ДТЕУ має добре продуманий інтерфейс, який простий у навігації, забезпечуючи користувачам бездоганний досвід. Макет веб-сайту інтуїтивно зрозумілий, що дозволяє користувачам швидко знайти те, що вони шукають. Дизайн веб-сайту візуально привабливий, з відповідним використанням кольорів, шрифтів і зображень, які роблять його приємним для очей. Навігаційне меню веб-сайту добре організоване з чіткими мітками, які полегшують користувачам пошук необхідної інформації. Загалом інтерфейс веб-сайту та навігація зручні та сприяють позитивному досвіду користувача (рис.1.5).

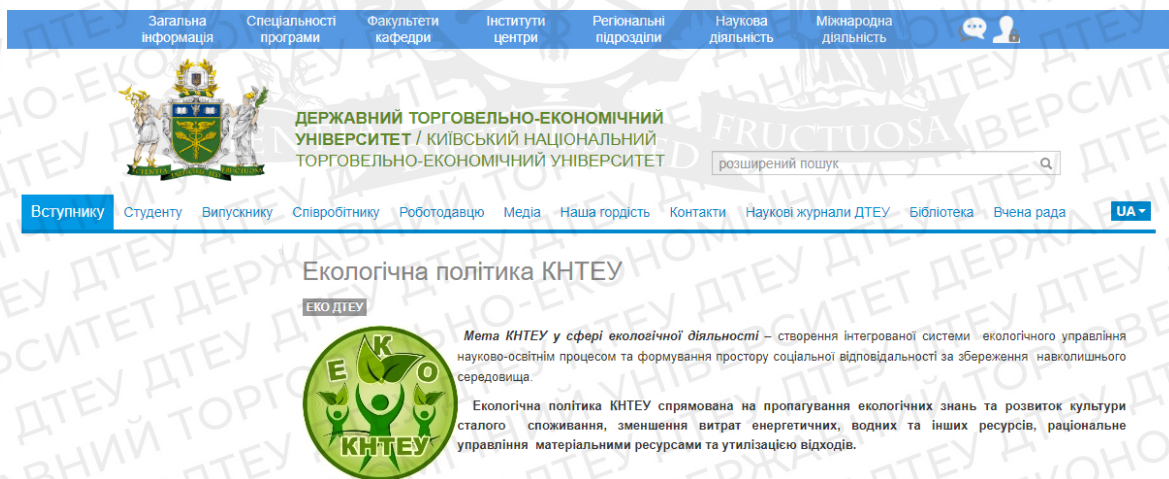


Рис. 1.5 Веб-сайт ДТЕУ з екологічної тематики [14]

Веб-сайт ДТЕУ надає користувачам багато інформації про університет, його діяльність та викладачі. На сайті міститься детальна інформація про навчальні програми університету, наукову діяльність та студентське життя. Крім того, веб-сайт пропонує інформацію про історію, місію та бачення університету, надаючи користувачам повне розуміння навчального закладу

[14]. Веб-сайт також надає доступ до профілів викладачів, що дозволяє користувачам дізнатися більше про викладачів університету та їхні сфери знань. Загалом доступність інформації на сайті є вичерпною та сприяє прозорості університету.

На сайті ДТЕУ також розміщені актуальні новини та події, пов'язані з університетом. Це включає інформацію про лекції, семінари, конференції та інші заходи, які відбуваються на кампусі [14]. На веб-сайті також розміщені новинні статті, в яких висвітлюються досягнення студентів і викладачів, а також важливі оголошення та оновлення, пов'язані з політикою та процедурами університету [14]. Надаючи платформу для обміну новинами та подіями, веб-сайт ДТЕУ сприяє розвитку почуття спільності серед студентів, викладачів та співробітників.



Мета КНТЕУ у сфері екологічної діяльності – створення інтегрованої системи екологічного управління науково-освітнім процесом та формування простору соціальної відповідальності за збереження навколишнього середовища.

Екологічна політика КНТЕУ спрямована на пропагування екологічних знань та розвиток культури сталого споживання, зменшення витрат енергетичних, водних та інших ресурсів, раціональне управління матеріальними ресурсами та утилізацією відходів.

Принципи екологічної політики ДТЕУ

- *Принцип відповідності* (дотримання вимог державних законодавчо-нормативних і правових актів, вимог міжнародних екологічних стандартів; координація та контроль діяльності щодо реалізації екологічних програм університету).

- *Принцип системності* (відображення екологічних аспектів у науково-дослідній роботі та програмах підготовки студентів усіх освітніх-

кваліфікаційних рівнів; залучення студентів до екологічних проєктів, громадського екологічного руху, конференцій, семінарів, фестивалів).

- *Принцип адаптованості* (популяризація функціонуючої екоінфраструктури університету; системного благоустрою території університету; використання відновлюваних джерел енергії; впровадження енергоощадного режиму функціонування університету, розвиток ергономічного дизайну).

- *Принцип безпеки* (поліпшення екологічних характеристик середовища діяльності та комфортності умов роботи, навчання та проживання; формування екологічної свідомості й культури, професійних компетенцій з урахуванням вимог екологічної безпеки та визначальних засад стратегій сталого розвитку суспільства).

- *Принцип мобільності* (реалізація програм підвищення рівня кваліфікації та стажування науково-педагогічного складу університету в екологічній сфері; налагодження наукового екологічного співробітництва з вітчизняними та зарубіжними партнерами).

Напрями реалізації екологічної політики ДТЕУ

1. *Екологічний менеджмент* (дотримання вимог чинного природоохоронного законодавства та національних стандартів при реалізації принципів екологічної політики університету; впровадження принципів «зеленого офісу»; здійснення інформаційно-просвітницьких заходів, спрямованих на пропагування екологічних знань та культури споживання).

2. *Ресурсна ефективність* (зменшення рівня енергоспоживання та інших ресурсів; комплексне впровадження технологій утилізації та переробки відходів; переорієнтація на використання енергоощадних виробів і послуг).

3. *Охорона довкілля* (здійснення заходів внутрішнього та зовнішнього озеленення університету; участь у проєктах з охорони довкілля та збереження біорізноманіття) (табл.1.1).

Таблиця 1.1

Потенційні джерела екологічної самодостатності ДТЕУ [10]

Тверді побутові відходи				
№ пп	Назва потенційного джерела екологічної самодостатності	Частота забору	Вартість за 1 кг, грн.	Отримані від забору за рік заощадження, грн.
1	Папір	1 раз / міс.	3,5	13 133,00
2	Органічні відходи	1 раз / тиж.	-	0
3	Пластик	1 раз / тиж.	-	0
4	Метал чорний	1 раз / міс.	6-6,5	239 833,60
5	Метал кольоровий		34-200	3 200,00
6	Одяг	1 раз / кв.	-	0
Альтернативні джерела енергії				
№ пп	Назва потенційного джерела екологічної самодостатності	Величина видобутку (кВт/добу)	Ціна за 1 кВт, грн.	Отримані заощадження від використання, грн.
1	Сонячні електричні панелі	556,8	3,57	1987,78
2	Теплові насоси	744	3,57	2656,08
3	Сонячні геліоколектори	140	3,57	499,80
4	Вітрові генератори	0	0	0
Інші дії, покликані підвищити екологічну самодостатність закладу вищої освіти				
1	Встановлення еколого-економічних об'єктів (наприклад, лампи освітлення з детектором руху) в організації			
2	Повторне (нове) використання на основі переробки матеріальних об'єктів в організації			

Узагальнення підходів до екологічної модернізації [10–13] дало змогу виділити такі її напрями на рівні господарюючих суб'єктів:

- техніко-технологічний (заміна наявних промислових технологій на ресурсозберігаючі та менш руйнівні для природи, здоров'я людини та довкілля);
- матеріально-логістичний (заміна матеріалів на більш екологічно безпечні та зниження їхніх витрат на кожному етапі логістики);
- освітньо-компетентнісний (формування екологічних компетенцій менеджерів як основних ініціаторів і мотиваторів вжиття заходів екологізації та персоналу);
- організаційно-управлінський (екологічно орієнтоване вдосконалення організаційної структури та управлінського інструментарію);
- культурно-комунікаційний (формування екологічного свідомості, екологічного дискурсу та екологічних практик);
- інституціональний (сприяння розвитку інститутів екологічної відповідальності). Нині відбувається перехід до комплексного використання,

інтеграції вищенаведених підходів, що в сукупності спрямовані на екологічну трансформацію та вдосконалення бізнес-процесів (рис.1.6).

Загальна інформація Спеціальності програми Факультети кафедри Інститути центри Регіональні підрозділи Наукова діяльність Міжнародна діяльність

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ / КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

розширений пошук

Вступнику Студенту Випускнику Співробітнику Роботодавцю Медіа Наша гордість Контакти Наукові журнали ДТЕУ Бібліотека Вчена рада UA

Відкрита лекція «Глобальні тренди харчування: екологія і здоров'я людини» (досвід Фінляндії)

Загальна інформація

На факультеті ресторанно-готельного та туристичного бізнесу 20 квітня 2023 р. відбулася лекція професорки **Діни Федорової** для здобувачів вищої освіти і викладачів факультету на тему «Глобальні тренди харчування: екологія і здоров'я людини» (досвід Фінляндії). До лекції долучилися студенти 1–4 курсів спеціальностей 241 «Готельно-ресторанна справа» і 181 «Харчові технології».

Діна Федорова проходить стажування в Університеті Гельсінкі на кафедрі харчових наук і нутриціології (м. Гельсінкі, Фінляндія). Матеріали лекції підготовлені на основі проміжних результатів науково-педагогічного стажування. Під час лекції професорка розповіла здобувачам та викладачам про напрями наукових досліджень кафедри, особливості зеленої політики та виробництва органічних продуктів у Фінляндії, еволюцію розвитку харчових систем і глобальні тренди харчування, вектори політики ЄС «GreenDeal» та «Food 2030», основні проблеми, завдання та інструменти системної трансформації харчових систем у світі, перспективи свідомої зміни харчової поведінки населення і формування культури здорового харчування.

Федорова Діна Володимирівна,
д.т.н., професор кафедри технологій і організації ресторанного господарства

20.04.2023 433884 355 остання редакція 28.04.2023 433884

Фінляндія - піонер у впровадженні Зеленої угоди ЄС (EU Green Deal)

- Інвестиції у відновлювану енергію:** Фінляндія активно інвестує у відновлювані джерела енергії, такі як вітро-, сонячна та гідроенергія, щоб скоротити залежність від викопних палив. На сьогодні, близько 45% виробництва електроенергії Фінляндії відновлюваних джерел.
- Енергоефективні будівлі:** Фінляндія встановила суворі стандарти енергоефективності для будівель, щоб скоротити енергоспоживання та викиди парникових газів. У країні заохочується використання будівель з низьким енергоспоживанням та пасивних будинків, а також екологічно чистих будівельних матеріалів.
- Електромобілі:** Фінляндія має намір забезпечити, щоб всі нові автомобілі, що продаються в країні, до 2035 року були без викидів. Уряд надає стимули для покупки електромобілів та будівництва зарядної інфраструктури.
- Кругова економіка:** Фінляндія просуває кругову економіку, де відходи мінімізуються, а ресурси використовуються у стійкий спосіб. Країна має намір стати лідером кругової економіки у Європі до 2025 року.

5 STEPS TO ACHIEVE ZERO WASTE

REUSE Reduce the use of resources
RECYCLE Recycle materials
REPAIR Repair broken items
REPAIR Repair broken items
REPAIR Repair broken items

Рис. 1.6 Заходи ДТЕУ щодо екології [14]

Необхідно констатувати, що активна форма управління екологічною діяльністю характеризується тим, що передбачає розроблення екологічних завдань на підставі відповідних стратегій і програм, а також їхньої реалізації шляхом створення профільних структур, контролю за результатами на всіх рівнях. Перш за все це пов'язано з тим, що екологічні проблеми мають тривалий і глобальний характер, а також впливають на інтереси різних поколінь. Це свідчить про стратегічну спрямованість екологічного управління.

РОЗДІЛ 2. ТВОРЧЕ ПРОЕКТУВАННЯ

2.1 Розробка рекламної екостратегії ДТЕУ

ДТЕУ, як і будь-яка інша організація, займається рекламою та піар-діяльністю (PR) для досягнення конкретних цілей. Основною метою реклами та PR для ДТЕУ є створення позитивного іміджу університету в суспільстві [14]. Це досягається шляхом висвітлення досягнень, сильних сторін і внеску університету в суспільство. Завдяки ефективній рекламі та PR ДТЕУ прагне позиціонувати себе як провідний навчальний заклад, який пропонує своїм студентам якісну освіту та наукові можливості.

Цільовою аудиторією рекламної та PR-діяльності ДТЕУ є абітурієнти, батьки, випускники та широка громадськість. Маркетингові заходи університету спрямовані на залучення та утримання студентів, які зацікавлені в здобутті вищої освіти за різними напрямками навчання. PR-діяльність ДТЕУ спрямована на побудову відносин із громадськістю та зацікавленими сторонами, зокрема представниками влади, ЗМІ та громадськими організаціями. Орієнтуючись на правильну аудиторію, ДТЕУ може ефективно доносити своє повідомлення та досягати своїх цілей [6].

ДТЕУ виділяє значний бюджет і ресурси на свою рекламну та PR діяльність. Це включає фінансування рекламних кампаній, розміщення в ЗМІ та заходів. В університеті також працює спеціальна команда фахівців з маркетингу та PR, які відповідають за розробку та реалізацію стратегій реклами та PR. Успіх рекламної та PR-діяльності ДТЕУ залежить від ефективного використання ресурсів та вміння виміряти вплив цих зусиль на цільову аудиторію. Інвестуючи в рекламу та PR, ДТЕУ може підвищити свою репутацію, залучити більше студентів та досягти своїх стратегічних цілей [6].

ДТЕУ реалізував різні рекламні стратегії для просування свого закладу та залучення потенційних студентів. Традиційні методи реклами, такі як друкована реклама, рекламні щити та телевізійна реклама, були використані

ДТЕУ для охоплення ширшої аудиторії. Ці методи є ефективними для націлювання на широке коло осіб і підвищення поінформованості про бренд. Наприклад, ДТЕУ розмістив рекламні щити в місцях з інтенсивним рухом людей, щоб збільшити видимість і залучити потенційних студентів. Крім того, ДТЕУ показує телевізійну рекламу в години пік перегляду, щоб охопити більшу аудиторію [14]. Ці традиційні методи реклами довели свою ефективність у просуванні ДТЕУ серед громадськості.

Крім традиційних методів реклами, в ДТЕУ також впровадили стратегії цифрової реклами. Соціальні медіа-платформи, такі як Facebook, Instagram і Twitter, були використані ДТЕУ для націлювання на молодшу аудиторію та підвищення взаємодії з потенційними студентами. У ДТЕУ також створено веб-сайт, який надає детальну інформацію про навчальний заклад, зокрема про навчальні програми, факультет та життя студентського містечка [4]. Цей веб-сайт є цінним ресурсом для потенційних студентів і дозволяє їм дізнатися більше про ДТЕУ, не виходячи з дому. Загалом стратегії цифрової реклами ДТЕУ були ефективними для охоплення молодшої демографічної групи та збільшення взаємодії з потенційними студентами.

ДТЕУ також співпрацює з іншими організаціями, щоб популяризувати свій заклад і підвищити його впізнаваність. Наприклад, ДТЕУ співпрацює з місцевими підприємствами, щоб надати знижки студентам і викладачам [5]. Ця співпраця не лише приносить користь ДТЕУ, підвищуючи його помітність у суспільстві, але й надає студентам і викладачам цінні знижки та заохочення. Крім того, ДТЕУ співпрацює з іншими університетами, щоб запропонувати спільні академічні програми та програми обміну, що ще більше підвищує їх помітність та репутацію в академічній спільноті. Ця співпраця була успішною для просування ДТЕУ та становлення закладу як авторитетного наукового закладу.

Стратегії зв'язків з громадськістю ДТЕУ багатогранні та включають різні тактики просування іміджу та репутації університету. Однією з першочергових стратегій є використання прес-релізів і висвітлення в ЗМІ для

поширення інформації про діяльність і досягнення університету. Надаючи регулярні оновлення та випуски новин ЗМІ, ДТЕУ може підтримувати позитивний суспільний імідж та інформувати громаду про свою діяльність. Такий підхід допомагає зміцнити довіру та авторитет серед громадськості та може призвести до підвищення інтересу до університету.

ДТЕУ також бере участь у громадських програмах для налагодження стосунків із місцевою громадою та просування іміджу університету. Університет організовує зустрічі із зацікавленими сторонами та бере участь у різноманітних громадських заходах для демонстрації своєї діяльності та досягнень [5]. Залучаючись із громадою таким чином, ДТЕУ може створити позитивну репутацію та утвердитися як цінний член спільноти. Крім того, ДТЕУ пропонує освітні програми з реклами та зв'язків з громадськістю, що допомагає формувати кваліфіковану робочу силу в галузі та просувати імідж університету. Ці програми роботи з громадськістю є невід'ємною складовою PR-стратегії ДТЕУ та демонструють прагнення університету залучати та співпрацювати з громадою.

Стратегічний план рекламної екостратегії ДТЕУ полягає у підвищенні свідомості цільової аудиторії про переваги навчання в університеті, залучення більшої кількості потенційних студентів, підвищення рівня знань, які студенти отримують в університеті та забезпечення високої репутації університету на ринку вищої освіти та серед роботодавців. Крім того, метою тактичного плану є підвищення ефективності використання бюджету, який виділяється на проведення рекламної та PR-діяльності, та досягнення максимального покриття цільової аудиторії за допомогою різноманітних інструментів реклами та PR-комунікацій.

Завдання:

1. Створити унікальне комунікаційне повідомлення, яке передасть основні переваги університету в сфері захисту довкілля.
2. Залучити увагу цільової аудиторії до питань екології за допомогою різноманітних інструментів реклами та PR-комунікацій.

3. Залучити відомих випускників та успішних вчених до рекламної та PR-кампаній, щоб підвищити лояльність до екологічної активності ДТЕУ.
4. Залучити увагу потенційних студентів та їхніх батьків до переваг навчання в Державному торговельно-економічному університеті.

Цільова аудиторія:

1. Потенційні студенти, які закінчують середню школу та шукають вищу освіту.
2. Батьки потенційних студентів, які є головними приймачами рішень про навчання своїх дітей.
3. Роботодавці, які шукають кваліфікованих працівників і можуть впливати на репутацію університету.
4. Комунікаційне повідомлення: "Навчайтеся у Державному торговельно-економічному університеті та забезпечте собі успішну кар'єру в умовах швидко змінюючогося світу."

Інструменти реклами та PR-комунікацій:

1. Створення та просування сторінок у соціальних мережах Instagram та Facebook університету з інформацією про екологічні конкурси, конференції, викладачів, дослідження та студентське життя.
2. Створення презентацій та відеороликів, що демонструють активність ДТЕУ в сфері екології, та їх показ на відкритих днях та інших подіях.
3. Організація екологічних заходів на днях відкритих дверей ДТЕУ для студентів середніх шкіл, на яких будуть представлені факультети та спеціальності університету.
4. Організація та участь у виставках та ярмарках на яких обов'язково слід представляти екосимволіку, сувенірну продукцію ДТЕУ.
5. Співпраця з роботодавцями та організаціями, які можуть бути зацікавлені в наймі випускників університету, з метою забезпечення високої зайнятості для студентів.

Календарний план:

1. Створення презентацій та відеороликів – протягом року 2023, 1-2 рази на місяць.
2. Організація відкритих днів – протягом року 2023 1-2 рази на місяць.
3. Участь у виставках та ярмарках освіти та екотематики – 1 раз на 3 місяці 2023.
4. Співпраця з роботодавцями та організаціями – протягом року.

Бюджет:

5. Створення сторінок у соціальних мережах Instagram та Facebook - 10 000 грн.
6. Створення презентацій та відеороликів – 15 000 грн.
7. Організація відкритих днів – 5 000 грн.
8. Участь у виставках та ярмарках освіти – 20 000 грн.
9. Співпраця з роботодавцями та організаціями – 10 000 грн.

Тактичний план рекламної та PR-діяльності ДТЕУ Завдання рекламної та PR-стратегії:

1. Залучення більшої кількості студентів до університету та зацікавлення молоді екотематикоб.
2. Підвищення рівня уваги до університету у сфері екологічних ініціатив.
3. Забезпечення співпраці ДТЕУ з бізнес-партнерами у сфері екології..
4. Презентація досягнень та проектів університету з екологічної тематики.

Цільова аудиторія:

1. Абітурієнти та їхні батьки.
2. Студенти середніх шкіл.
3. Роботодавці та організації, що можуть бути зацікавлені у співпраці в сфері екології.
4. Спільнота університету та його партнери.

Інструменти реклами та PR-комунікацій:

1. Рекламні банери та оголошення на вулицях та в громадському транспорті.

2. Реклама в соціальних медіа.
3. Організація прес-конференцій та інтерв'ю з викладачами та студентами університету.
4. Створення відео-матеріалів, присвячених досягненням та проектам університету, та розміщення їх на сайті та в соціальних медіа.
5. Організація відкритих днів, виставок та ярмарок освіти.
6. Організація кар'єрних ярмарок та зустрічей з роботодавцями.

Бюджет та календарний план:

1. Розробка та затвердження рекламної та PR-стратегії – до 30 червня 2023 року.
2. Проведення кампанії реклами та PR-комунікацій – з 1 вересня 2023 року до 31 серпня 2024 року.
3. Бюджет рекламної та PR-кампанії складає 2 млн гривень. Розподіл бюджету на різні інструменти реклами та PR-комунікацій передбачається наступний:

Загальний календарний план кампанії передбачає проведення заходів протягом одного навчального року, з вересня 2023 року до серпня 2024 року. Кожен місяць буде виділено для проведення певних заходів з екологічної тематики, залежно від їх характеру та мети. Наприклад, у вересні 2023 року планується проведення кар'єрних ярмарок та зустрічей з роботодавцями, а в квітні 2024 року – організація відкритих днів та ярмарок освіти.

2.2 Пропозиції щодо налаштування таргетованої екореклами ДТЕУ в соціальних мережах

Перейдемо до налаштування таргетованої реклами ДТЕУ в таких соціальних мережах як Facebook та Instagram. Отже нами було створено декілька груп для реклами у стрічці новин, та декілька груп для реклами у історіях. Сегментували аудиторію за віком, місцем проживання та інтересами. Для кожної групи було створено по декілька оголошень, аби визначити найефективніші варіанти (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Налаштування таргетованої реклами з екотематики для ДТЕУ в соціальних мережах

Групи	Таргет	Формат оголошення	Прогноз охоплення в день, осіб	Банер
Стрічка 12-16 Стрічка 18-34 Стрічка 35-54	Інтереси: Контекстна реклама, Дисплейна реклама, Пошукова реклама, Adwords	Пост в стрічці Інстаграм та Фейсбук	50	Два анімованих зображення з спливаючим текстом Крео із зображенням екотематики та тексту
Текст оголошення	Цікавить екотематика? Занурюйся у світ природи на нашій сторінці! Тут ти знайдеш: Як писати ефективні тексти з екологічної тематики. Як розробляти креативи на захист природи та довкілля. Все про показники ефективності			
Стрічка 12-16 Стрічка 18-34 Стрічка 35-54	Інтереси: Контекстна реклама, Дисплейна реклама, Пошукова реклама, Adwords	Публікація в сторіс в Інстаграм та фейсбук	50	Банер з переліком екоактивностей на задньому фоні, на передньому – логотип. Банер з логотипом та переліком типів екоініціатив
Текст оголошення	Цікаві кейси з екотематики Підбірки літератури про екологію, екологічну освіту Підписуйся та розширюй свій багаж знань			

Методи оцінки ефективності: підрахунок активностей з розповсюдження контенту (репости), підрахунок заявок на безкоштовний аудит, проведення опитувань серед цільових груп громадськості в соціальних мережах, кількість нових відгуків і їх аналіз, оцінка кількості показів в контекстній та таргетованій рекламі.

Формування контент-плану просування екосторінки ДТЕУ у соціальних мережах Facebook, Instagram та YouTube має враховувати можливості розширення комунікаційних активностей. Використання реклами у соціальних мережах є недостатнім для поширення відомостей про екоініціативи та екоактивність ЗВО (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Бюджет рекламної кампанії з екологічної тематики для ДТЕУ в соціальних мережах

	Бюджет/день, грн	Бюджет загальний, грн
Adwords КМС	500	20500
Adwords Пошук	300	15300
Facebook Ads	502	20600
Розробка креативів		15000
Всього		71400

Формування контент-плану заходів просування екологічної активності ДТЕУ у соціальних мережах передбачає визначення наступних цілей: збільшення чисельності цільової аудиторії (кількості підписників, кількості коментарів, кількості лайків); зростання якості цільової аудиторії (підписники, які стають постійними глядачами) (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

**Цілі заходів просування екосторінки ДТЕУ
у соціальних мережах Facebook, Instagram та TikTok**

Канали Інтернет-комунікацій	Цілі	
	Зростання кількості цільової аудиторії	Зростання якості цільової аудиторії
Facebook	+15% до кількості підписників	+20% до кількості лайків
Instagram	+30% до кількості підписників	+20% до кількості лайків
Tik Tok	Створення сторінки й досягати 1к підписників	+20% до кількості підписників
Таргетована реклама у Facebook	+25% до обсягу замовлень послуг	-

Основне завдання комунікаційної стратегії – забезпечення інформаційної підтримки стратегії розвитку, бренду, бізнесу компанії. Комунікаційна стратегія базується на корпоративній та маркетинговій стратегіях, і являє собою набір найбільш ефективних інструментів впливу на цільові аудиторії і певну програму використання цих інструментів.

Прогнозні результати рекламної кампанії представлено в табл.2.4.

Таблиця 2.4

Прогнозовані результати рекламної кампанії ДТЕУ з екотематики

Прогнозовані результати	Кількість
Залучення нових користувачів	100 підписників
Прогнозована кількість відвідин сторінки (кооперація)	120 осіб
Прогнозована кількість відвідин сторінки (Таргетинг)	250 осіб
Підвищення активності на сторінці	50%
Збільшення пізнаваності бренду серед населення	40%

Екологічна функція – проявляється у вирішенні соціально актуальних задач організації, в цілому, і ЗВО, зокрема, від матеріально-технічної бази до благополуччя її працівників (персоналу). Економічна функція – вимоги, які передбачають отримання максимальної ефективності від вкладених чи отриманих коштів, враховуючи не одноразові чи експлуатаційні видатки, а і можливість повторного використання чи залучення вивільнених коштів для подальших капіталовкладень.

Тому всі запропоновані заходи вважаємо ефективними, що сприятиме розвитку ДТЕУ. Своєчасне реагування на проблеми та врегулювання криз є критично важливим компонентом ефективної рекламної екстратегії. PR-практики повинні бути готові швидко та належним чином реагувати на будь-які проблеми чи кризи, що виникають, щоб захистити репутацію організації та зберегти довіру зацікавлених сторін в сфері екології [1]. Це вимагає проактивного підходу до моніторингу та виявлення потенційних ризиків, а також чіткого плану реагування у випадку кризи. Ефективно вирішуючи проблеми та кризи, організації можуть продемонструвати свою відданість прозорості, підзвітності та залученню зацікавлених сторін, що з часом може допомогти зміцнити довіру та лояльність.

ВИСНОВКИ

Формування екологічної відповідальності як складника екологічної культури особистості є ключовою ідеєю модернізації освітнього процесу закладів вищої освіти. Тому розробка рекламної екостратегії закладу вищої освіти є надзвичайно актуальним явищем. Посилення освітньо-виховного екологічного впливу на молодь нової генерації у процесі професійної підготовки покликане пригальмувати панування в сучасному світі споживацького ставлення до природи; відновити історично зрощені традиції взаємозв'язку людини і світу природи; знівелювати негативний антропогенний вплив на довкілля; забезпечити оптимальний рівень екологізації освіти, що допоможе вибудувати реалістичну стратегію поетапного переходу людства до сталого розвитку.

Дослідження проблеми еколого-економічного використання вторинних ресурсів та ефективного управління ними свідчить про те, що необхідно переосмислити ряд традиційних поглядів на механізми використання цих ресурсів у контексті екологічної самодостатності закладів вищої освіти.

Реалізація принципу екологічної самодостатності ЗВО на основі вторинного використання ресурсів дозволить заощадити певну кількість коштів та ефективно перерозподілити їх всередині закладу відповідно до інших статей витрат. Також цей підхід дозволить зменшити видатки на вивезення відходів та дозволить впровадити часткове самофінансування адміністративних одиниць ЗВО. Це спростить процеси їх закупівлі та знизить витрати на низку розхідних матеріалів, а також дозволить якісно та ефективно контролювати цей процес. Тому пропонується активне запровадження на практиці використання ресурсного підходу в системі ЗВО. Для цього потрібно виробити працездатний та ефективний підхід для управління всіма процесами, пов'язаним з еколого-економічним використанням вторинних ресурсів, а також сформував алгоритм («логіку») управління всіма структурами ЗВО в аспекті екології.

В цілому, екологізація ЗВО включає в себе заходи як загального, соціального, так і конкретного професійного підходів. В результаті такого підходу можна досягти гармонійного поєднання природного, виробничого та соціального простору на теренах ЗВО, використовуючи компенсаційний підхід, створення стійкої самоорганізуючої спільноти, вивчення досвіду світових інституцій, розвиток ефективного економічного підходу для реалізації цих задач. Тому важливим стає усвідомлення важливості та розробка реклами екостратегії ЗВО.

У випускній кваліфікаційній роботі було проаналізовано рекламну та PR-діяльність ДТЕУ у сфері екології. Було розроблено стратегічний та тактичний плани рекламної та PR-діяльності ДТЕУ, що включали в себе визначення мети та завдань рекламної та PR-стратегії, вибір цільової аудиторії, розробку комунікаційного плану, визначення бюджету та розподіл ресурсів між різними каналами реклами та PR.

Результатом дослідження стала розробка ефективної рекламної та PR-стратегії для ДТЕУ, яка передбачає використання різних каналів реклами та PR, таких як соціальні мережі, блоги та інші. Ця стратегія дозволить збільшити конкурентоспроможність підприємства та підвищити рівень усвідомлення бренду в громадськості.

Окрім того, дослідження показало, що КНТУ має досить високий рівень ефективності своєї рекламної та PR-діяльності, але все ж можливе його вдосконалення шляхом використання нових технологій та підходів, зокрема використання штучного інтелекту для розробки рекламних матеріалів з екологічної тематики.

Отже, можна зробити висновок, що розроблена рекламна та PR-стратегія для ДТЕУ сприятиме підвищенню конкурентоспроможності та підвищення рівня свідомості цільової аудиторії щодо екологічної активності та захисту довкілля.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про охорону навколишнього природного середовища : Закон України № 1268–XII від 26 червня 1991 р. URL : <http://zakon5.rada.gov.ua>
2. Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2697-19#Text>
3. Про концепцію екологічної освіти в Україні № 13/6-19 від 20.12.2001 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v6-19290-01#Text>
4. Березенко В.В. Планування PR-діяльності: Навчально-методичний посібник для студентів для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «спеціаліст» спеціальності «Зв'язки з громадськістю». – Запоріжжя : ЗНУ, 2015. –192 с;
5. Башинська І. О. Маркетингові комунікації підприємства у соціальних мережах. Економічні науки. Серія «Економіка та менеджмент». 2012. Випуск 9 (34). Частина 1.С. 36-41.
6. Бобошко. В. Конструювання стилю в мережі Instagram. Construction of style on Instagram: дипломна робота магістра. ОНУ ім. І. І. Мечникова, ІСН, каф. соціології. Одеса, 2017. – 57 с.
7. Бойчук І. В., Музика О. М. Інтернет в маркетингу. Київ: Центр навчальної літератури, 2010. – 512 с.
8. Бондар О. Світові тенденції в екологічній освіті. Екологічний вісник. 2016. № 4 (38). С. 18–22.
9. Бондар О. І., Барановська В. Є., Єресько О. В. та ін. Екологічна освіта для сталого розвитку у запитаннях та відповідях: науково-методичний посібник для вчителів. Херсон : Грінь Д. С. 2015. – 228 с.
10. Вовк О. Б., Симак А. В., Пашкевич В. З. Екологічна самодостатність закладу вищої освіти як еколого-економічний базис його

розвитку // Вісник Хмельницького національного університету, №1, 2022 (305). С. 6-12.

11. Василенко А. О., Туркот Т. І. Вища екологічна освіта в Україні та Центрально-Азіатському регіоні. // Таврійський вісник освіти. 2013. № 2 (42). С. 5–9.

12. Воробйова Н.П. Збірник наукових праць ХДУХТ «Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг». 2008. Випуск 1(7). С.507-516.

13. Дубовіч І. Теоретико-методичні та практичні засади реалізації екологізації економіки. Науковий вісник НЛТУ України : збірник науково-технічних праць. Львів : РВВ НЛТУ України. 2014. Вип. 24. № 4. С. 196–201.

14. Офіційний сайт ДТЕУ [Електронний ресурс]: <https://knote.edu.ua>

15. Ілляшенко, Н. С., & Савченко, О. С. (2012). SEO-оптимізація як сучасний інструмент інтернет-маркетингу. Маркетинг і менеджмент інновацій, (3), – С. 63-74.

16. Мандрик О. М., М. С. Мальований М.С., Орфанова М.М. Екологічна безпека та збалансоване ресурсокористування. // Екологічна освіта та екологічне виховання. DOI: 10.31471/2415-3184-2019-1(19)-130-139.

17. Матеріали VII Всеукраїнської студентської науково-технічної М 34 конференції «Стійкий розвиток міст» (79-й студентській науково-технічній конференції ХНУГГ): о 4-й рік. / Ч. 4. – Х.: ХНУГГ, 2014. – 253 с;

18. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського [Електронний ресурс]: <http://nbuv.gov.ua/node>

19. Онищенко, О. С. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства [Текст] : монографія. НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. К., 2013. – 220 с.

20. Панченко Н.Г., Паламарчук Р.М., Токмакова Є.В. Теоретичні засади удосконалення управління екологічною діяльністю на залізничному транспорті DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.58-10>

21. Поради щодо покращення веб-сайту [Електронний ресурс]: <https://support.google.com/google-ads/answer/7653020?hl=uk>
22. Стратегічне управління : навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей / Н.С. Краснокутська, І.А. Кабанець – Харків : НТУ «ХП», 2017. – 460 с.
23. Чернікова Н. В., Борзик О.Б. Виховання екологічної відповідальності як складника екологічної культури особистості в освітньому процесі педагогічних закладів вищої освіти. // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. – С. 197-201.
24. Як розробити міжнародну стратегію [Електронний ресурс]: https://marketfinder.thinkwithgoogle.com/intl/uk_ua.
25. Yemelyanov, O.; Symak, A.; Petrushka, T.; Vovk, O.; Ivanytska, O.; Symak, D.; Havryliak, A.; Danylovych, T.; Lesyk, L. Criteria, Indicators, and Factors of the Sustainable Energy-Saving Economic Development: The Case of Natural Gas Consumption. *Energies* 2021, 14, 5999. <https://doi.org/10.3390/en14185999>

Додаток А

Таблиця А1

Типологія екологічно орієнтованого управління [20]

Тип управління	Діяльність підприємства	Стимулюючі заходи уряду
1. Управління, орієнтоване на виконання вимог (пасивне підприємство)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Очищення викидів, скидів, утилізація відходів у кінці виробничо-технологічного циклу. 2. Дотримання процедур зниження забруднення. 3. Дотримання вимог зовнішньої екологічної звітності. 4. Наявність екологічної служби. 5. Вжиття екстрених заходів. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Державний екологічний контроль, встановлення ефективних нормативів з урахуванням реальних технологічних і фінансових можливостей, урахування галузевих виробничих параметрів. 2. Попереджувальне інформування про можливу жорсткість екологічних нормативів, жорсткі заходи щодо виконання завдань.
2. Превентивне управління (ефективне підприємство)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внутрішній екологічний аудит (різних типів і спрямованості). 2. Запобігання забрудненням заміною технологій, сировини тощо. 3. Мінімізація відходів. 4. Скорочення енергоємності продукції. 5. Зниження рівня забруднень. 6. Інформування громадськості про екологічно значущі господарські рішення. 7. Створення системи екологічного обліку. 8. Відповідальність менеджерів у підрозділах за дотриманням параметрів екологічності. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Законодавче підвищення відповідальності топ-менеджерів і підприємств. 2. Вимоги до інтеграції в регіональну систему управління захороненням та утилізацією відходів. 3. Обов'язкове надання екологічно значущої інформації громадськості. 4. Розроблення стимулюючих програм енергозбереження, управління попитом, «екологічного» оподаткування.
3. Стратегічне екологічне управління (екологічна концепція)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Розвиток екологічного маркетингу. 2. Рівноправний діалог з громадськістю та споживачами. 3. Зовнішній екологічний аудит. 4. Впровадження програм екологічної сертифікації товарів і послуг. 5. Надання повного обсягу екологічно значущої інформації. 6. Створення систем «життєвих циклів» продукції та її утилізації. 7. Облік екологічно значущих вимог в інвестиційно-проектному циклі. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Розвиток нормативної бази. 2. Створення державної програми екомаркування. 3. Підтримка екологічних ініціатив громадськості та споживачів. 4. Стратегія управління потоками товарів і сировини, їхня оптимізація. 5. Розвиток місцевих механізмів управління екологічно значущою діяльністю.
4. Управління стійким розвитком (активне підприємство)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Місія підприємства в процесі сталого розвитку. 2. Визнання ролі підприємства в потоках товарів, сировини й енергії. 3. Відповідність політиці щодо етики «екологічно чистої» збутової діяльності. 4. Відповідність екологічним стандартам ефективності на міжнародних ринках. 5. Відображення концепції сталого розвитку у звітності підприємства. 6. Міжнародний аудит. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поширення інформації на міжнародному рівні. 2. Міжнародне узгодження екологічних нормативів, стандартів і систем оподаткування. 3. Обговорення та прийняття на міжнародному рівні ініціатив у галузі охорони здоров'я, екологічної безпеки й сталого розвитку як пріоритетних щодо системи вільного товарообміну.