

Державний торговельно-економічний університет
Кафедра журналістики реклами

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«Популяризація освітніх програм закладу вищої освіти інструментами
зв'язків з громадськістю»**

(за матеріалами Державного торговельно-економічного університету, м. Київ)

студентки 4 курсу 7 групи
спеціальності 061 «Журналістика»
ОП «Реклама
і зв'язки з громадськістю»

Крикун Катерина
Олександрівна

Науковий керівник
к.е.н., доцент

Юсупова
Ольга Володимирівна

Гарант освітньої програми
д.е.н., проф.

Файвішенко
Діана Сергіївна

Київ 2023

ЗМІСТ

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ВСТУП | 3 |
| РОЗДІЛ 1. АНАЛІТИЧНА ЗАПИСКА | 5 |
| 1.1. Характеристика освітньої діяльності ДТЕУ | 5 |
| 1.2. Аналіз інструментів просування освітніх програм ДТЕУ | 7 |
| РОЗДІЛ 2. ТВОРЧЕ ПРОЄКТУВАННЯ | 12 |
| 2.1. Використання PR-інструментів для просування освітніх програм кафедри журналістики та реклами ДТЕУ | 12 |
| 2.2. Програма проведення PR-заходу для просування освітньої програми «Реклама і зв'язки з громадськістю»..... | 16 |
| ВИСНОВКИ | 18 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ | 20 |

ВСТУП

Актуальність теми полягає в тому, що в умовах зростаючої конкуренції між закладами вищої освіти важливо мати ефективну стратегію просування освітніх програм. Зв'язки з громадськістю є ефективним інструментом для популяризації освітніх програм та залучення студентів.

Державний торгово-економічний університет є одним з провідних закладів вищої освіти в Україні з багатою історією та великим вибором освітніх програм. Однак, необхідно забезпечити ефективну популяризацію цих програм серед потенційних студентів, що дозволить збільшити їх популярність та залученість. Тому, дослідження популяризації освітніх програм закладу вищої освіти інструментами зв'язків з громадськістю є актуальним і важливим для розвитку ДТЕУ та покращення якості освіти в цьому закладі.

Крім того, важливість даної теми зумовлена тим, що в сучасному світі зв'язки з громадськістю вважаються ключовим фактором успіху будь-якої організації. Студенти є важливими стейкхолдерами для університету, тому досягнення ефективного зв'язку з громадськістю може допомогти зберегти їх лояльність та залученість до навчання.

Дослідження популяризації освітніх програм ДТЕУ інструментами зв'язків з громадськістю може допомогти виявити недоліки та переваги поточної стратегії просування освітніх програм, а також розробити рекомендації щодо її подальшого вдосконалення. Отже, тема дипломної роботи є досить важливою та актуальною для покращення роботи університету та забезпечення більш ефективної популяризації його освітніх програм.

Метою дипломної роботи є дослідження ефективності інструментів зв'язків з громадськістю в просуванні освітніх програм ДТЕУ та розробка рекомендацій щодо їх вдосконалення.

Для досягнення мети поставлені наступні **завдання**:

- охарактеризувати освітню діяльність ДТЕУ;
- проаналізувати інструменти просування освітніх програм ДТЕУ;
- порівняти ефективність різних інструментів зв'язків з громадськістю в просуванні освітніх програм та визначити найбільш ефективні з них;
- розробити рекомендації щодо вдосконалення використання інструментів зв'язків з громадськістю в просуванні освітніх програм ДТЕУ.

У процесі дослідження будуть застосовані наукові методи, такі як аналіз документів, опитування та статистичний аналіз даних. Опитування буде проведено серед студентів ДТЕУ, які навчаються на різних освітніх програмах.

Об'єктом дослідження є освітні програми ДТЕУ, а предметом - інструменти зв'язків з громадськістю у популяризації цих програм.

Предметом дослідження є інструменти зв'язків з громадськістю, які використовуються закладом вищої освіти для просування своїх освітніх програм.

Дослідження цієї теми вже привертало увагу **дослідників**, зокрема А.І. Хоменко, Н.М. Данильченко та І.О. Черниш.

Результати дослідження можуть бути корисними для керівництва ДТЕУ, яке зможе використовувати рекомендації для покращення ефективності своєї стратегії просування освітніх програм, а також для студентів, які зможуть отримати більш повну інформацію про освітні програми університету.

Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1. АНАЛІТИЧНА ЗАПИСКА

1.1. Характеристика освітньої діяльності ДТЕУ

Державний торговельно-економічний університет (ДТЕУ) - це провідний університет України, який забезпечує якісну освіту в галузі економіки та бізнесу. Освітня діяльність ДТЕУ характеризується наступними рисами:

Високий рівень навчання: ДТЕУ має досвідчену фахівців та викладачів, які забезпечують високу якість навчання. Університет активно використовує сучасні методи навчання, такі як дистанційне навчання, електронні курси та інтерактивні уроки.

Розширений спектр спеціальностей: ДТЕУ пропонує навчання на більш як 50 спеціальностей з економіки, менеджменту, маркетингу, фінансів, бухгалтерського обліку та інших галузей.

Наукова робота: ДТЕУ зосереджується на науковій роботі та дослідженнях у галузі економіки та бізнесу. Університет має власні дослідні центри та лабораторії, які дозволяють студентам та викладачам працювати над актуальними проблемами та проектами.

Таблиця 1.1

Коротка характеристика ДТЕУ

| | |
|----------------------------------|--------------------------------------|
| Тип навчального закладу: | Університет |
| Форма власності: | державна |
| Вартість навчання на рік (грн.): | від 13950 до 40240 |
| Форма навчання: | денна, заочна |
| Кваліфікаційний рівень: | молодший бакалавр, бакалавр, магістр |
| Кількість студентів: | 40000 |
| Місто: | <u>Київ</u> |
| Консолідований рейтинг 2022: | 39 місце |

Міжнародний досвід: ДТЕУ має партнерські взаємини з багатьма визначними університетами світу. Університет активно залучає іноземних студентів та викладачів, що дозволяє розширювати міжнародний досвід та підвищувати рівень навчання.

Професійна підготовка: ДТЕУ забезпечує практичну підготовку студентів, зокрема, через партнерство з відомими компаніями та установами, стажування, міжнародні програми обміну та інші можливості. Всі ці заходи спрямовані на підготовку студентів до успішної кар'єри в галузі економіки та бізнесу.

Розвиток особистості: ДТЕУ прагне розвивати не тільки професійні навички, але й особистісні якості студентів. Університет забезпечує різноманітні можливості для розвитку культурних та соціальних навичок, такі як спортклуби, студентські організації, добровільчі заходи та інші.

Інноваційність: ДТЕУ активно впроваджує інноваційні технології в освітній процес, що дозволяє студентам знайомитися з новітніми розробками та технологіями, які використовуються в галузі економіки та бізнесу.

У загальному, освітня діяльність ДТЕУ характеризується високою якістю навчання, широким спектром спеціальностей, науковою роботою, міжнародним досвідом, професійною підготовкою, розвитком особистості та інноваційністю.

Наукова діяльність: ДТЕУ є відомим науковим центром, де проводиться активна наукова діяльність. Університет має багато наукових підрозділів, інститутів та центрів, що забезпечує високий рівень науково-дослідної роботи. Студенти мають можливість брати участь в наукових проєктах та дослідженнях, що дозволяє їм отримувати цінний досвід та знання.

Культурний та історичний контекст: ДТЕУ знаходиться в місті Києві, що є культурним та історичним центром України. Університет активно співпрацює з музеями, галереями та іншими культурними установами, що

забезпечує студентам можливість вивчення культурної та історичної спадщини України.

Соціальна відповідальність: ДТЕУ активно працює над розвитком соціальної відповідальності серед студентів. Університет підтримує різноманітні благодійні заходи та добровільчі акції, що дозволяє студентам брати участь у соціальних проектах та допомагати потребуючим.

У загальному, освітня діяльність ДТЕУ характеризується високим рівнем освіти та наукової роботи, широким спектром спеціальностей та можливостей для професійного розвитку, розвитком особистості та соціальної відповідальності.

1.2. Аналіз інструментів просування освітніх програм ДТЕУ

Для просування освітніх програм Державного торговельно-економічного університету (ДТЕУ) можуть використовуватися різні інструменти. Давайте розглянемо декілька з них:

Вебінари та онлайн-курси. Організація вебінарів та онлайн-курсів може допомогти привернути увагу до освітніх програм ДТЕУ. Ці інструменти дозволяють детально розглянути питання, пов'язані з навчанням, та відповісти на запитання потенційних студентів.

Партнерство з іншими університетами та компаніями. ДТЕУ може співпрацювати з іншими університетами та компаніями для спільної просування освітніх програм. Це може включати організацію спільних вебінарів, виставок та інших подій.

Рекламні кампанії. Рекламні кампанії в мережі Інтернет можуть допомогти привернути увагу до освітніх програм ДТЕУ. Ці кампанії можуть бути спрямовані на конкретну аудиторію, наприклад, на випускників шкіл або на тих, хто вже має досвід роботи в галузі, для якої пропонуються

програми навчання. Рекламні кампанії можуть бути розміщені на різних сайтах, включаючи пошукові системи та соціальні мережі.

Соціальні мережі. ДТЕУ може використовувати соціальні мережі, такі як Facebook, Twitter, Instagram та інші, для просування своїх освітніх програм. Ці мережі дозволяють швидко та ефективно донести інформацію до багатьох людей, використовуючи відповідні хештеги та рекламні кампанії.

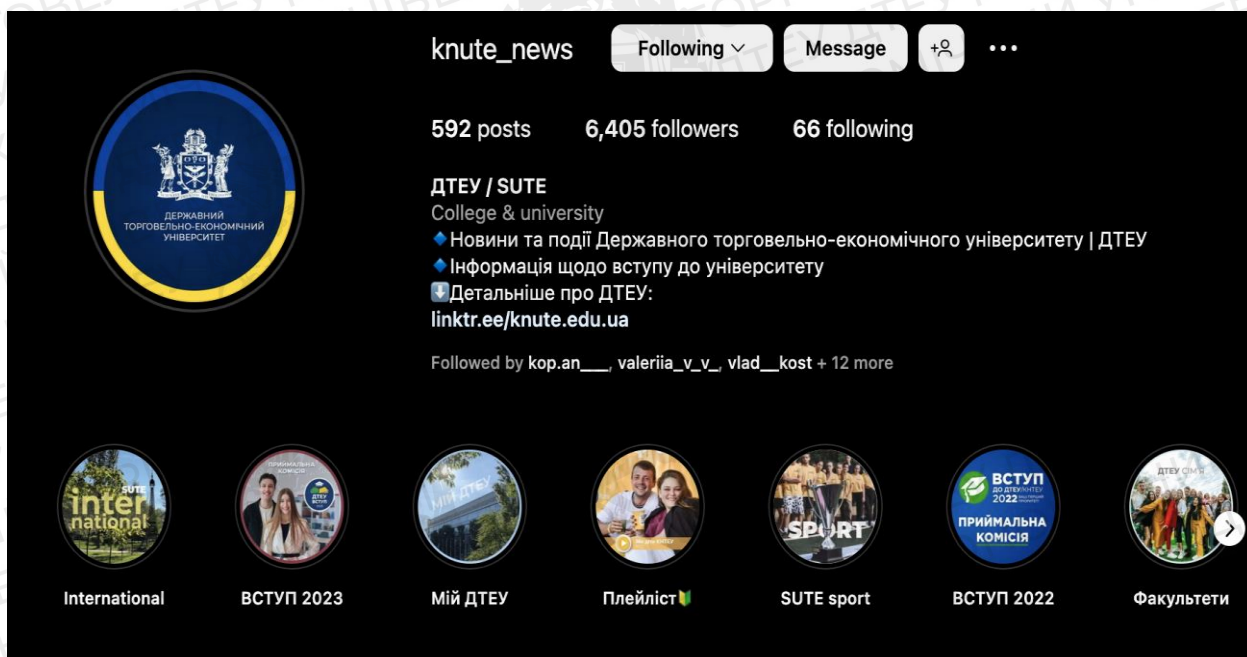


Рис. 1.1 Сторінка Інстаграм ДТЕУ

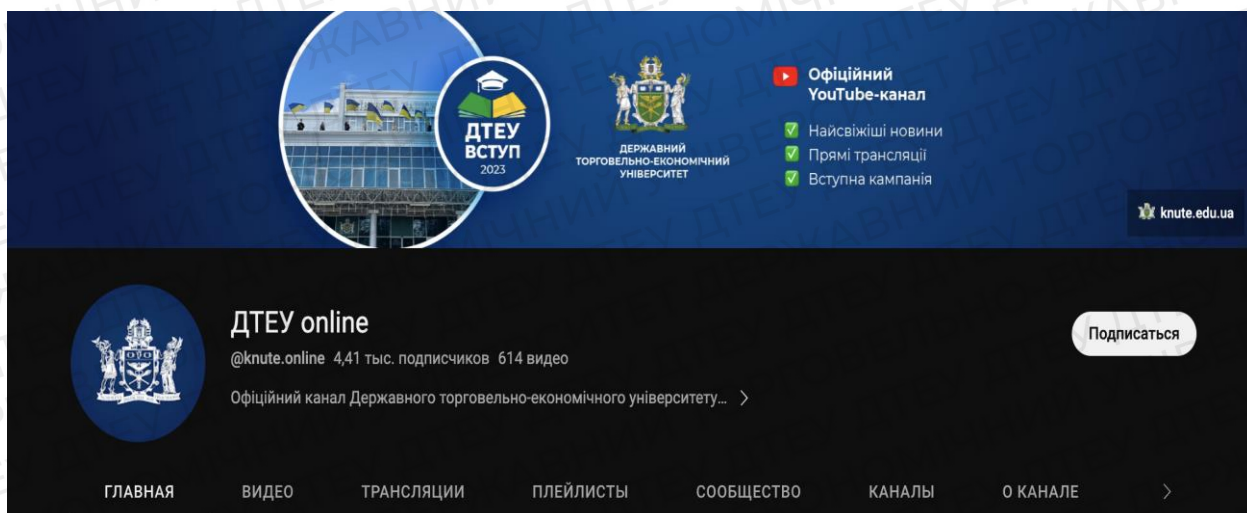


Рис. 1.2 Ютуб канал ДТЕУ

Блоги та статті. ДТЕУ може створювати власний блог та писати статті про свої освітні програми. Це дозволяє детально описати переваги та

можливості навчання в університеті, а також поділитися досвідом випускників та викладачів.

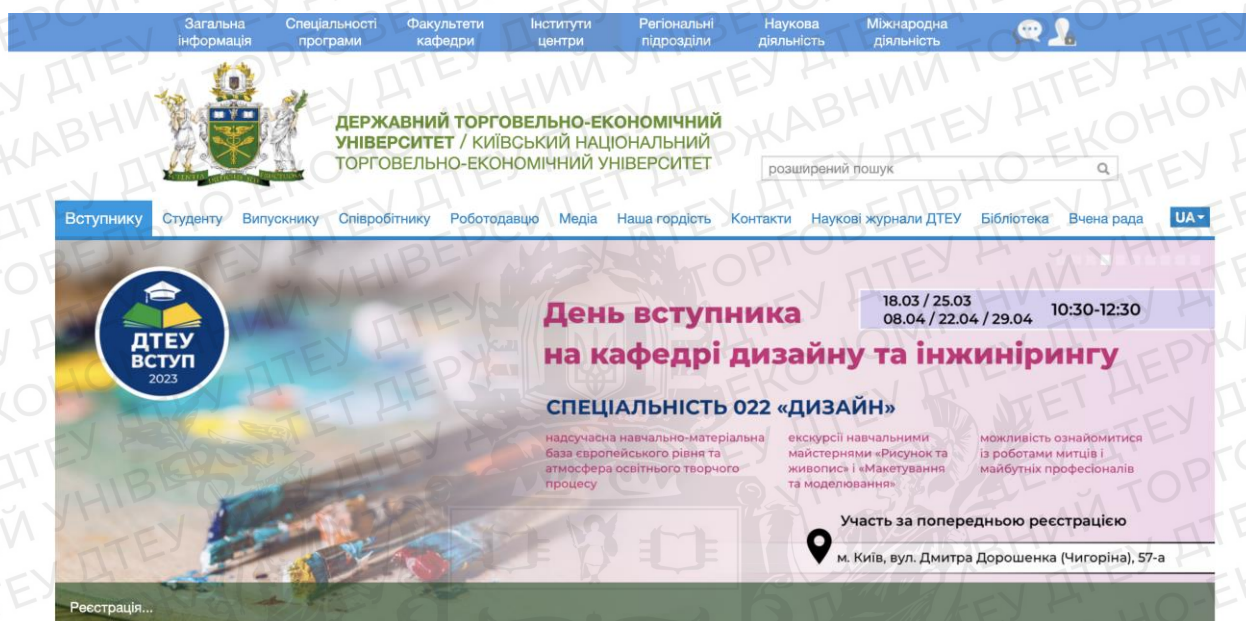


Рис. 1.3 Сайт ДТЕУ

Організація виставок та конференцій. Участь у виставках та конференціях може допомогти привернути увагу до освітніх програм ДТЕУ. Ці події є важливими майданчиками для знайомства зі студентами, викладачами та іншими зацікавленими особами.

Виставка-конкурс художніх робіт студентів «KNUTE Art Fest»

Загальна інформація

Щорічно в лютому в КНТЕУ проходить виставка-конкурс художніх робіт студентів «KNUTE Art Fest».

Ректор університету **Анатолій Антонович Мазаракі** відзначив усіх учасників та переможців конкурсу подяками, дипломами та подарунками.

Цьогоріч у конкурсі могли брати участь не тільки студенти, а й викладачі та співробітники університету. Також було змінено формат заходу, тому, окрім живопису, виставлялися роботи декоративно-прикладного мистецтва.

Виставка тривала декілька днів і кожен охочий міг віддати свій голос за автора, роботи якого йому найбільше сподобались.

Серед робіт були представлені малюнки виконані в різних техніках та на різних матеріалах, комп'ютерна графіка, вишивка бісером, в'язані іграшки та прикраси ручної роботи.

Переможцями в номінації «Живопис та графіка» стали:

- **I місце** – Румянцева Вікторія, студентка 3 курсу факультету фінансів та обліку;
- **II місце** – Павлова Ксенія, студентка 2 курсу факультету фінансів та обліку;
- **III місце** – Куляша Надія, студентка 1 курсу ОС «магістр» факультету фінансів та обліку.

Переможцями в номінації «Декоративно-прикладне мистецтво» стали:

- **I місце** – Поліщук Галина Володимирівна, провідний художник-оформлювач Центру підготовки навчально-методичних видань;
- **II місце** – Писаренко Оксана Іванівна, заступник начальника планово-фінансового відділу;
- **III місце** – Каніолоцька Інна Анатоліївна, завідувач гуртожитку № 6.

27.02.2020 42265 5781 остання редакція 01.03.2020 Vega



Рис. 1.4 Виставка від ДТЕУ

Email-маркетинг. ДТЕУ може використовувати email-маркетинг для повідомлення потенційних студентів про свої освітні програми. Важливо розробити відповідну стратегію та надіслати повідомлення тільки тим, хто виразив бажання отримувати інформацію про університет.

SEO-оптимізація. Оптимізація сайту ДТЕУ для пошукових систем може допомогти підняти сайт у пошукових запитах та збільшити кількість відвідувань на сайті. Це може збільшити кількість запитів від потенційних студентів та підвищити відомість університету в Інтернеті.

Рекомендації та відгуки. Рекомендації та відгуки випускників та викладачів можуть бути важливим інструментом для просування освітніх програм ДТЕУ. Позитивні відгуки можуть переконати потенційних студентів в виборі університету.

Таблиця 1.2

Цільова аудиторія ДТЕУ

| Цільова аудиторія | Опис |
|-------------------|----------------------------------------------------------------------|
| Абітурієнти | Випускники шкіл, які планують вступити до вищого навчального закладу |

| Цільова аудиторія | Опис |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Батьки абітурієнтів | Батьки абітурієнтів, які мають вплив на рішення щодо вибору університету |
| Студенти | Поточні студенти ДТЕУ, які надають рекомендації та діляться досвідом |
| Випускники | Випускники ДТЕУ, які можуть стати послідовними амбасадорами університету |
| Педагогічний персонал | Викладачі та інші співробітники ДТЕУ, які впливають на якість навчання |
| Партнери та роботодавці | Організації та компанії, які співпрацюють з ДТЕУ та надають робочі місця |
| Громадськість та ЗМІ | Журналісти, громадські організації та ширша громадськість, які цікавляться ДТЕУ |

Для просування освітніх програм ДТЕУ можуть використовуватися різноманітні інструменти, від соціальних мереж до рекомендацій та відгуків випускників. Важливо розробити відповідну стратегію маркетингу, яка враховуватиме особливості мети та цільової аудиторії.

Також можливо використовувати співпрацю з компаніями, які шукають кваліфікованих працівників, для привернення потенційних студентів, які хочуть отримати кваліфікацію в певній галузі.

Нарешті, важливо забезпечити якісну освіту та підтримку для студентів, що вже навчаються в університеті. Це допоможе зберегти поточних студентів та привернути нових, які будуть рекомендувати ДТЕУ своїм друзям та знайомим.

Узагалі, просування освітніх програм ДТЕУ вимагає комплексного підходу, в якому використовуються різноманітні інструменти маркетингу та співпраця зі студентами та випускниками.

Варто звернути увагу на цифрові інструменти маркетингу, такі як рекламні кампанії в соціальних мережах, Google AdWords, електронні розсилки та інші онлайн-інструменти, які можуть допомогти залучити увагу до освітніх програм ДТЕУ серед молоді.

Важливо бути присутнім в онлайн-середовищі, підтримувати активність в соціальних мережах та веб-сайті, щоб потенційні студенти могли дізнатися більше про університет, його освітні програми та можливості, які він пропонує.

Крім того, можна організувати різноманітні події, які привернуть увагу потенційних студентів, наприклад, відкриті дні, майстер-класи, віртуальні екскурсії тощо. Такі заходи не лише допоможуть привернути увагу до освітніх програм ДТЕУ, а й дозволять потенційним студентам побачити університет зсередини та дізнатися більше про його можливості.

Узагалі, для ефективного просування освітніх програм ДТЕУ варто поєднувати різноманітні інструменти маркетингу та комунікації, залучати студентів та випускників до співпраці та підтримувати якість наданої освіти. Тільки таким чином можна досягти мети ДТЕУ та забезпечити успіх у просуванні своїх освітніх програм.

РОЗДІЛ 2. ТВОРЧЕ ПРОЄКТУВАННЯ

2.1. Використання PR-інструментів для просування освітніх програм кафедри журналістики та реклами ДТЕУ

У рамках просування освітніх програм кафедри журналістики та реклами Державного торговельно-економічного університету (ДТЕУ), варто звернути увагу на ряд PR-інструментів, які сприяють ефективному впровадженню та популяризації програм "Реклама та зв'язки з громадськістю" та "Реклама".

Один із найважливіших інструментів - це використання засобів масової комунікації. ДТЕУ може розробити й реалізувати плановану PR-кампанію, використовуючи телебачення, радіо, пресу, Інтернет, соціальні медіа тощо. Наприклад, додаткові навчальні матеріали, інтерв'ю з викладачами кафедри,

студентські проекти та досягнення можуть бути представлені через засоби масової інформації для залучення уваги громадськості.

Другий важливий інструмент - організація презентацій та конференцій. Кафедра може організовувати спеціальні заходи, де будуть запрошені експерти, викладачі та студенти для обговорення актуальних питань у сфері реклами та зв'язків з громадськістю. Це створить можливість відкритого обміну думками, поглиблення знань та привернення уваги зацікавлених сторін.

Третій інструмент - активне використання соціальних медіа. Завдяки широкому поширенню соціальних платформ, ДТЕУ може створити власні профілі на популярних мережах, таких як Facebook, Instagram, Twitter тощо. Це дозволить підтримувати постійний зв'язок зі студентами, викладачами та іншими зацікавленими людьми. Кафедра може публікувати інформацію про свої освітні програми, події, досягнення студентів та викладачів, а також цікаві матеріали зі світу реклами та зв'язків з громадськістю. Регулярні оновлення контенту, взаємодія зі своєю аудиторією через коментарі та повідомлення, а також проведення конкурсів та розіграшів можуть сприяти залученню уваги та формуванню позитивного іміджу кафедри.

Таблиця 2.1

PR-заходи для ДТЕУ, їх переваги та цілі

| Назва заходу | Переваги | Цілі |
|------------------|------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| Прес-конференція | - Залучення представників ЗМІ, що сприяє масовому поширенню інформації | - Публікація статей у ЗМІ про ДТЕУ |
| Відкриті двері | - Можливість показати інфраструктуру та ресурси університету | - Залучення потенційних студентів |
| Круглий стіл | - Обмін ідеями та досвідом між фахівцями | - Обговорення тенденцій у сфері реклами |

| Назва заходу | Переваги | Цілі |
|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| Презентація освітніх програм | - Передача детальної інформації про програми університету | - Привертання уваги до освітніх можливостей |
| Семинар "Ефективні методи PR в освіті" | - Поглиблення знань учасників про PR-стратегії та методики | - Розвиток навичок PR-спеціалістів |
| Участь у виставці "Освіта та кар'єра" | - Залучення широкої аудиторії та залізничні зв'язки з потенційними студентами | - Привертання уваги до ДТЕУ |
| Конференція "Тенденції у зв'язках з громадськістю" | - Обговорення актуальних питань у сфері зв'язків з громадськістю | - Підвищення рівня свідомості про ДТЕУ |
| Відео-конкурс "Мої досягнення на кафедрі" | - Залучення студентів та створення позитивного іміджу ДТЕУ | - Продемонструвати успіхи студентів на кафедрі |

Джерело: розроблено автором.

Четвертий інструмент - співпраця зі студентськими організаціями. Кафедра може встановити партнерство зі студентськими організаціями, такими як студентські ради або академічні гуртки, для спільних заходів та проектів. Це не лише сприятиме залученню студентів до освітніх програм, але й створить можливість для їх активної участі в PR-активностях та поширенню інформації про кафедру серед своїх однокурсників та друзів.

Таблиця 2.2

Графік проведення PR-заходів для ДТЕУ

| Номер | Назва заходу | Дата проведення | Час проведення | Місце проведення |
|-------|---------------------------------------|-----------------|----------------|--------------------------------|
| 1 | Прес-конференція з представниками ЗМІ | 15.09.2023 | 10:00-12:00 | Аудиторія 101, головний корпус |
| 2 | Відкриті двері | 25.09.2023 | 09:00-16:00 | Головний корпус |

| Номер | Назва заходу | Дата проведення | Час проведення | Місце проведення |
|-------|----------------------------------------------------|-----------------|----------------|-------------------------------------|
| 3 | Круглий стіл "Тенденції у сфері реклами" | 10.10.2023 | 14:00-16:00 | Аудиторія 205, головний корпус |
| 4 | Презентація освітніх програм | 20.10.2023 | 11:00-13:00 | Аудиторія 302, головний корпус |
| 5 | Семінар "Ефективні методи PR в освіті" | 05.11.2023 | 09:30-12:30 | Аудиторія 401, головний корпус |
| 6 | Участь у виставці "Освіта та кар'єра" | 15.11.2023 | 10:00-18:00 | Міжнародний виставковий центр |
| 7 | Конференція "Тенденції у зв'язках з громадськістю" | 25.11.2023 | 09:00-17:00 | Конференц-зал, головний корпус |
| 8 | Відео-конкурс "Мої досягнення на кафедрі" | 05.12.2023 | 12:00-16:00 | Онлайн |
| 9 | Співпраця зі студентськими газетами | Щомісячно | - | Кафе "Студентське життя" |
| 10 | Оновлення соціальних медіа | Щоденно | - | Офіційні сторінки ДТЕУ в соцмережах |

Джерело: розроблено автором.

Останній інструмент - взаємодія зі засобами масової інформації на регіональному та національному рівнях. Кафедра може співпрацювати зі засобами масової інформації, такими як телеканали, радіостанції, газети та журнали, для публікації статей, інтерв'ю та репортажів про освітні програми, досягнення студентів та викладачів. Це дозволить залучити широкую аудиторію і підвищити свідомість про кафедру та її освітні програми.

Загалом, використання цих PR-інструментів допоможе кафедрі журналістики та реклами ДТЕУ ефективно просувати свої освітні програми "Реклама та зв'язки з громадськістю" та "Реклама". Ці інструменти дозволять

привернути увагу потенційних студентів, збільшити свідомість про навчальні можливості, залучити якісних викладачів та забезпечити стабільний потік студентів до програм кафедри журналістики та реклами ДТЕУ.

У контексті академічного просування, важливим аспектом є створення ефективної PR-стратегії. Це охоплює планування та координацію різних PR-інструментів, зазначених вище, з метою досягнення поставлених цілей. Професійне використання масових засобів комунікації, організація презентацій та конференцій, активна присутність в соціальних медіа, співпраця зі студентськими організаціями та співробітництво зі засобами масової інформації стануть основою успішної PR-кампанії.

ДТЕУ, як провідний університет України, знаходиться у позиції, що сприяє його привабливості для студентів. Високий рівень навчання, використання сучасних методів навчання та широкий спектр спеціальностей створюють підґрунтя для ефективного просування освітніх програм кафедри журналістики та реклами. Використання PR-інструментів, зазначених вище, допоможе підвищити обізнаність студентів про навчальні можливості, забезпечити їхню активну участь у програмах та підкреслити успіхи і досягнення студентів і викладачів кафедри.

2.2. Програма проведення PR-заходу для просування освітньої програми «Реклама і зв'язки з громадськістю»

День відкритих дверей ДТЕУ - детальний план заходу для школярів:

Реєстрація (09:00 - 09:30)

Прибуття учасників заходу.

Реєстрація учасників, отримання інформаційних пакетів.

Вітальне слово та презентація ДТЕУ (09:30 - 10:00)

Вступне привітання від представників університету.

Коротка інформаційна презентація про ДТЕУ, його історію, спеціалізації та досягнення.

Екскурсія по університетському кампусу (10:00 - 11:30)

Огляд головного корпусу, навчальних аудиторій та лабораторій.

Відвідування бібліотеки, студентських приміщень та спортивного комплексу.

Знайомство зі засобами навчання та сучасною інфраструктурою.

Зустріч з викладачами та студентами (11:30 - 12:30)

Зустріч з представниками кафедр, що пропонують освітні програми для школярів.

Можливість поспілкуватися зі студентами, задати питання та почути їхні думки про навчання в ДТЕУ.

Презентація успіхів студентів та можливостей практичного застосування отриманої освіти.

Інформаційні сесії та майстер-класи (12:30 - 14:00)

Проведення інформаційних сесій з представниками кафедр та програм.

Майстер-класи зі студентами та викладачами на актуальні теми зі спеціалізацій університету.

Демонстрація прикладів робіт, проектів та досліджень студентів.

Заключне слово та розподіл пам'ятних матеріалів (14:00 - 14:30)

Заключні відповіді на питання учасників та підсумки Дня відкритих дверей.

Подяка учасникам за участь і зацікавленість у навчанні в ДТЕУ.

Розподіл пам'ятних матеріалів, таких як брошури, флаєри та сувеніри з логотипом університету.

Індивідуальні консультації (14:30 - 16:00)

Можливість для бажаючих отримати індивідуальні консультації щодо вступу, вибору спеціальності та програми.

Зустріч з представниками відділу прийому студентів та навчальних підрозділів.

Заклучна екскурсія та фотосесія (16:00 - 17:00)

Огляд околиць університетського кампусу та визначних місць в місті.

Фотосесія на пам'ять про День відкритих дверей та ДТЕУ.

Цей план заходу "День відкритих дверей ДТЕУ" спрямований на залучення школярів, ознайомлення їх з університетським середовищем, програмами та можливостями навчання. Він надає учасникам можливість отримати детальну інформацію, спілкуватися з викладачами та студентами, відвідати лекції та майстер-класи, а також задати питання щодо вступу та навчання.

Графік проведення Днів відкритих дверей ДТЕУ

| Назва заходу | Місяць проведення | Цілі заходу |
|--------------------------|-------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| День відкритих дверей №1 | Вересень | - Залучення школярів та їх батьків до ознайомлення зі спеціальностями ДТЕУ |
| День відкритих дверей №2 | Листопад | - Продемонструвати успіхи студентів та досягнення університету |
| День відкритих дверей №3 | Січень | - Поширення інформації про освітні програми та можливості навчання в ДТЕУ |
| День відкритих дверей №4 | Березень | - Залучення потенційних студентів та презентація нових спеціалізацій |
| День відкритих дверей №5 | Травень | - Проведення консультацій для вступників та надання детальної інформації |

Джерело: розроблено автором.

ВИСНОВКИ

Висновки до дипломної роботи на тему "Популяризація освітніх програм закладу вищої освіти інструментами зв'язків з громадськістю» (за матеріалами ДТЕУ):

У даній дипломній роботі була проведена детальна аналітична робота з популяризації освітніх програм Державного торговельно-економічного університету (ДТЕУ) за допомогою інструментів зв'язків з громадськістю. В результаті дослідження було отримано наступні висновки:

Зв'язки з громадськістю є ефективним інструментом популяризації освітніх програм закладу вищої освіти. Вони дозволяють залучити увагу

цільової аудиторії, збільшити свідомість про програми та привернути більше потенційних студентів.

ДТЕУ використовує різноманітні інструменти зв'язків з громадськістю, такі як прес-релізи, організація прес-конференцій, участь у виставках та ярмарках освіти, соціальні медіа та інші. Ці інструменти сприяють залученню уваги громадськості та створюють позитивне враження про університет.

Результати дослідження показали, що ефективність використання інструментів зв'язків з громадськістю в популяризації освітніх програм ДТЕУ залежить від правильного планування, цільової спрямованості та якісного виконання PR-кампаній.

Комунікація з потенційними студентами та їх батьками, активна участь у відкритих заходах, створення цікавого та інформативного контенту.

Для ефективною популяризації освітніх програм ДТЕУ, рекомендується розробити чіткий план комунікаційних заходів, який включатиме розміщення інформації про програми на сайті університету, регулярні публікації в соціальних медіа, співпрацю зі школами та коледжами для проведення інформаційних презентацій та відкритих уроків.

Важливо розробити цільові повідомлення та ключові повідомлення для кожної освітньої програми, що відобразатимуть їх унікальність, переваги та можливості кар'єрного розвитку. Це допоможе залучити увагу і зацікавленість цільової аудиторії.

Розробка креативних та привабливих матеріалів, таких як відеопрезентації, брошури, статті, допоможе ефективно передати інформацію про освітні програми та привернути увагу потенційних студентів.

Важливо також залучати студентів та випускників ДТЕУ, які успішно завершили освітні програми, до комунікаційних заходів. Їхні позитивні відгуки та особисті історії успіху стануть сильним стимулом для інших студентів вступити до ДТЕУ.

Загальним висновком дослідження є те, що ефективна популяризація освітніх програм закладу вищої освіти за допомогою інструментів зв'язків з громадськістю є невід'ємною складовою успіху університету.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мазур В. С. PR технології – ефективний інструмент сучасного управління [Монографія] // ТНЕУ, 2017. – 18 с.
2. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів: навч. посібник / Т. О. Примак. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 202 с.
3. Основи паблік рилейшнз : навчально-методичний посібник для студентів спеціальностей 8.03010201 «Психологія» та 8.18010018 «Адміністративний менеджмент» / О. Г. Романовський, Н. В. Серeda, Є. В. Воробйова. – Х. : НТУ «ХП», 2015. – 176 с

4. 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.
5. 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.
6. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів. [Навчальний посібник]
// К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 202 с. ISBN 978-617-673-117-7
7. Білоус В. С. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз в економічній діяльності): Навч. посіб. — К.: КНЕУ, 2005. — 275 с.
8. Ступницький О.І. Особливості використання інструментарію PR для стимулювання інвестиційно-інноваційної діяльності / О.І. Ступницький // Актуальні проблеми економіки. 2009. № 9(99). С. 77-85. URL: <https://nv.ua/ukr/project/bank-1-misiya-zdiysnenna-50007094.html>
9. Кузнецов В.Ф. Зв'язки з громадськістю. - 2006. - 300 с.
10. Зельманов А.Б. Зв'язки з громадськістю в соціальній сфері: Учеб. Посібник. - М.: Видавництво Михайлова В.А., 2008. - с. 18
11. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Зв'язки з громадськістю: теорія і практика: Учеб. Посібник. М.: Справа, 2008.
12. Горохів В.М. Зв'язки з громадськістю: теорія, практика, комунікаційні стратегії: навчальний посібник / В.М.Горохов. - М.: АспектПресс, 2011 - 198 с.
13. Балабанова Л.В. Паблік рилейшиз: навч. посібник / Л.В.Балабанова, К.В.Савельєва. – К.: Професіонал, 2008. – 528 с.

14. Капітонов Е.А. Корпоративна культура і PR [Текст]. - М. : МарТ, 2006. - 416 с.
15. Катліп, Скот М., Сентер, Аллен Х., Брум, Глен М. Паблік рілейшнз. Теорія і практика, 8-е изд. : Пер. з англ. : Уч. Сел. - М. : Видавничий дім "Вільямс", 2005. - 624 с.
16. Почепцов Г.Г. Паблік рілейшнз для професіоналів. - М. : Ріфлі-бук, 2002. - 624 с.
17. Райс Е. Розквіт піару і занепад реклами / Е. Райс, Л. Райс; пер. з англ. Т. Кітаіной. - М. : АСТ, 2007. - 313
18. Савінова О.Н. Стаття Поняття «PR». Суб'єкти PR. Функції PR / О.Н. Савінова. – Нижний Новгород: Нижегородский Гос. университет, 2015. – 23 с.
19. Аксьонова Е.Л., Базаров Т.Ю. та ін. Управління персоналом. М. : ЮНИТИ, 2008.
20. Гапоненко В.А. Зв'язки з громадськістю [Електронний ресурс] : навч. посібник / В. А. Гапоненко, В. А. Рихлік. — К. : КНЕУ, 2015. — 238 с.