

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра журналістики та реклами

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«PR-діяльність підприємства
(за матеріалами ДТЕУ, м. Київ)»**

Студентка 4 курсу, 6 групи
денної форми навчання
спеціальності
061 «Журналістика»
спеціалізації «Реклама і
зв'язки з громадськістю»

Бородавко Аніта Миколаївна

Науковий керівник
доктор філософських наук,
професор кафедри журналістики
та реклами

Добродум Ольга Вікторівна

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

Файвіщенко Діана Сергіївна

Київ 2023

ЗМІСТ

Вступ.....	3
РОЗДІЛ 1. АНАЛІТИЧНА ЗАПИСКА.....	5
1.1 Сутність, зміст та значення PR-діяльності ДТЕУ.....	5
1.2. Характерологічні риси та специфічні особливості PR-діяльності ДТЕУ.....	15
РОЗДІЛ 2. ТВОРЧЕ ПРОЕКТУВАННЯ.....	27
2.1 Аналіз діяльності сайту університету ДТЕУ.....	27
2.2 Можливості вдосконалення сайту університету ДТЕУ.....	35
Висновки.....	41
Список використаних джерел.....	42

ВСТУП

Актуальність теми дипломної роботи обумовлена тим, що сучасний маркетинг вимагає не тільки пропозиції якісних послуг за оптимальними для споживача цінами, але й ефективної PR-діяльності, як зовнішньої, так і внутрішньої.

Останні двадцять років української історії можна сміливо назвати «епохою PR». Практично відразу після появи в нашій країні спеціалістів по зв'язках з громадськістю почалося активне проникнення цього виду діяльності у всі сфери життя суспільства. Наряду з такими популярними напрямками, як просування товарів і брендів, в останній час все більше значення здобувають PR-проекти, пов'язані з репутацією і управлінням нею, іміджем і брендом, а також зростанням продажів і послуг організацій, формуванням корпоративної культури, місії, філософії компанії і, нарешті, її внутрішній PR.

На сучасному етапі розвитку українського суспільства успішне вирішення політичних, економічних, соціальних завдань усе більше залежить від такого суб'єктивного чинника, як соціальна активність особистості. Важливу роль у її формуванні відіграють засоби масової інформації. Друковане й усне слово, телевізійне зображення здатні в найкоротші терміни досягти найбільш віддалених районів, проникнути в будь-яке соціальне середовище. Широкі можливості засобів масової інформації викликають необхідність вивчати механізми їх функціонування та розвитку, ефективність впливу на аудиторію. Сучасні ЗМІ неможливо собі уявити без реклами та PR, які необхідні для вирішення різноманітних завдань – інформаційних, соціальних, іміджевих і, звісно, економічних [1]. Для будь-якої організації служба по громадським зв'язкам є необхідною, як здоров'я для людини, котра використовує різні ліки та вправи для підтримки фізичного й морального стану.

Не варто знецінювати значущу роль Public Relations і в досягненні стратегічних завдань будь-якого бізнесу: PR-супровід соціальних проектів та іміджевих заходів, залучених створити образ надійного, інноваційного, престижного підприємства, що випромінює довіру; робота PR повинна призвести до підвищення інтересу і лояльності споживачів до пропонованих послуг і, відповідно, до зростання попиту на них; PR-підтримка дозволяє гідно вийти з кризової ситуації, підвищити її конкурентні переваги й укріпити партнерські відносини; супроводження PR-діяльності компанії має забезпечити її стабільне поширення в інформаційному просторі; не менш важливим є створення сприятливого робочого клімату в організації, утримання та залучення цінних спеціалістів, підвищення лояльності та нематеріальної мотивації співробітників при досягненні єдиних цілей.

Метою дипломної роботи є аналіз PR-діяльності ДТЕУ.

Досягненню поставленої цілі служить виконання наступних **завдань**:

- Вивчити сутність PR-діяльності університету.
- Визначити функції, завдання PR-служби та етапи формування служби по зв'язкам з громадськістю.
- Навести аргументи в користуванні PR-відділом.
- Дослідити етапи становлення та діяльність PR-відділу «ДТЕУ».

Об'єктом дослідження випускної кваліфікаційної роботи є дослідження PR-діяльності.

Предметом дослідження випускної кваліфікаційної роботи є формування ефективної PR-діяльності ДТЕУ.

Методи дослідження: опис, порівняння, методи аналізу та спостереження.

Структура роботи: дипломна робота складається з двох розділів та чотирьох підрозділів, висновків, списку використаних джерел (46 позицій) Загальний список дипломної роботи складає 48 сторінок.

РОЗДІЛ І. АНАЛІТИЧНА ЗАПИСКА

1.1. Сутність, зміст та значення PR-діяльності ДТЕУ

У всьому світі освіта - це одна з найбільш активно зростаючих та перспективних сфер економіки. За оцінками спеціалістів, обсяги пропозиції та попиту на освітні послуги збільшуються досить помітно, а в країнах з найбільш динамічним розвитком, темп їх щорічного приросту сягає 10-15% [2].

Факторами зростання світового ринку освітніх послуг є:

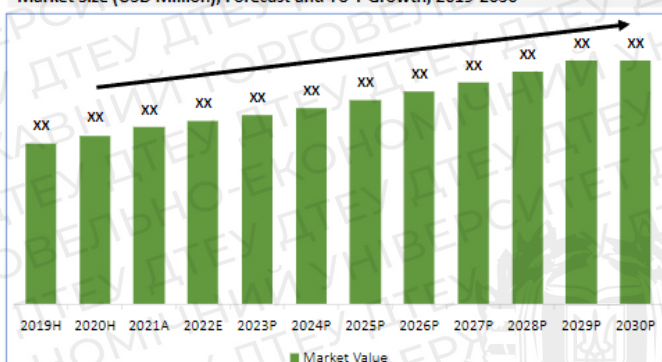
- зростання попиту на кваліфікованих спеціалістів,
- зростання населення та технологічний прогрес
- зростаюча індустріалізація та глобалізація.

Dataintelero опублікував звіт, який сегментовано за типами (навчання навичкам, мовам), за програмами (дорослі, підлітки, діти, літні), та за гравцями [2]. Звіт охоплює вичерпні дані про нові тенденції, драйвери ринку, можливості зростання та обмеження, які можуть змінити ринкову динаміку в галузі освіти. Він забезпечує поглиблений аналіз сегментів освітнього ринку послуг, які включають продукти, програми та аналіз конкурентів.



Global Outlook: Value & Absolute \$ Opportunity

Global Educational Services Market
Market Size (USD Million), Forecast and Yo-Y Growth, 2019-2030



Global Educational Services Market
Market Absolute \$ Opportunity, in USD Million, 2021-2030



Segments By Type

- Skill Education
- Language Education
- Other
- Type 4

Segments By Application

- Adult
- Teen
- Children
- Aged

Рис. 1.1. Звіт про дослідження ринку освітніх послуг, сегментований за типами 2019-2030 рік, та за програмами 2021-2030 рік

Джерело : [2]

Статистичний офіс Європейської комісії (Євростат) публікує на своєму сайті інформацію про кількість молоді з вищою освітою. За даними Євростату, 41% молодих людей у віці 25-34 роки в ЄС мають вищу освіту (рівні 5-8 у Рамці кваліфікацій). При цьому у 2021 році вищі навчальні заклади випускатимуть більше жінок (47%), ніж чоловіків (36%). Хоча частка чоловіків з вищою освітою зростала повільно протягом останнього десятиліття, вона зростала повільніше, ніж жінок [3].

Згідно з даними на веб-сайті Євростату, країни-члени ЄС поставили собі за мету збільшити частку 25-34-річних із вищою освітою до 45% до 2030 року. Майже половина країн-членів ЄС досягли мети: Люксембург та Ірландія (понад 60%), Кіпр, Литва, Нідерланди та Бельгія (понад 50% у всіх чотирьох країнах), Франція, Швеція, Данія, Іспанія, Словенія, Португалія та Латвія Цієї мети

досягнуто. Але в Італії 28% молодих людей 25-34 років мають вищу освіту, в Румунії - 23% [4].

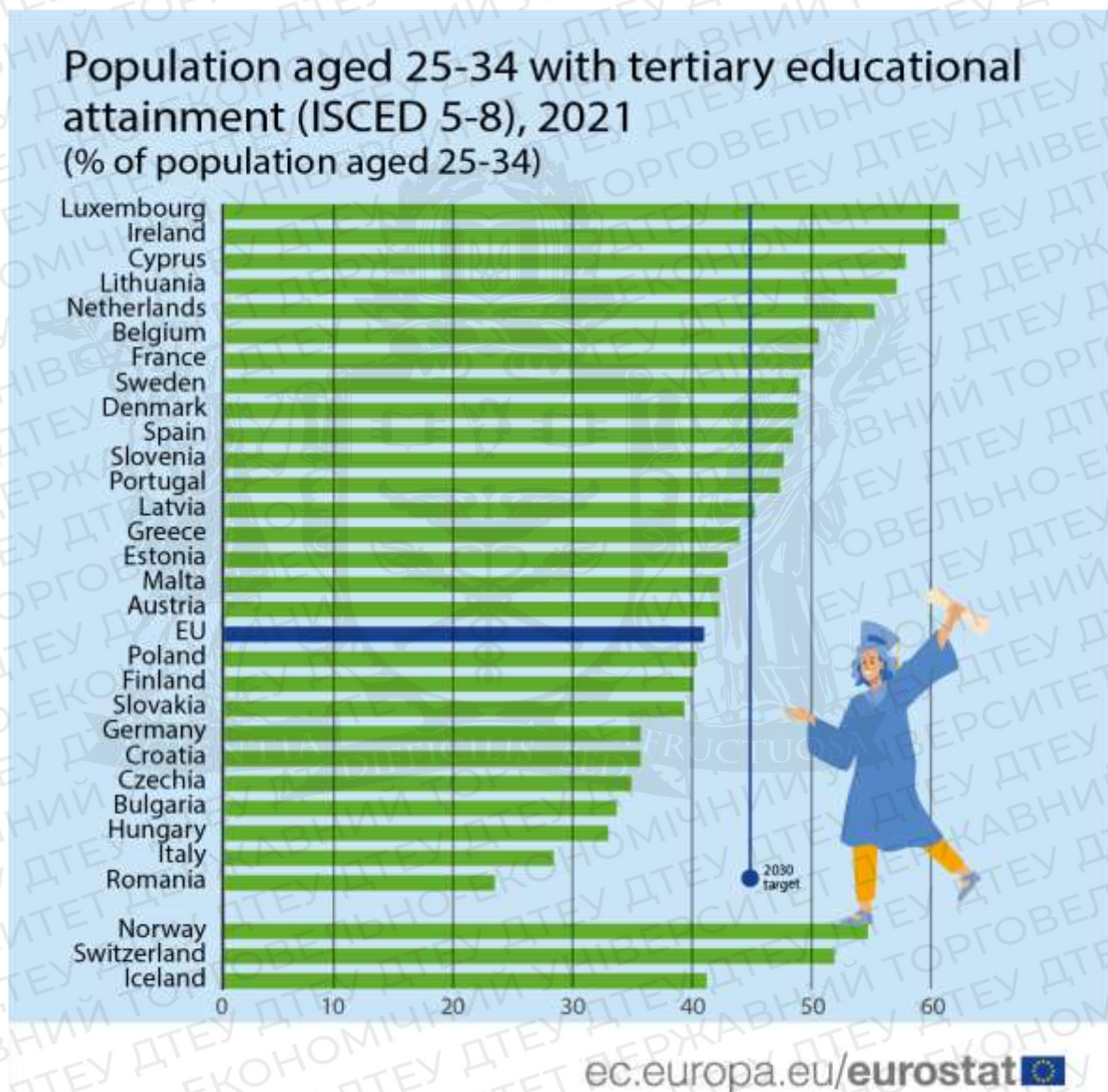


Рис. 1.2. Населення віком 25-34 роки з вищою освітою за 2021 рік

Джерело : [4].

Випускники шкіл у багатьох країнах ЄС вступають до професійно-технічних навчальних закладів або отримують професійну кваліфікацію на

робочому місці, деякі навіть не закінчивши повної середньої освіти. В інформаційній записці зазначається, що освітній рівень стає все більш важливим фактором на ринку праці й для людини та суспільства в цілому. На ринку праці роботодавці шукають вищу освіту, коли наймають працівників. У найближчі роки очікується зростання попиту на висококваліфікованих фахівців з відповідною освітою для забезпечення більш гнучкої та комплексної зайнятості. У більш загальному плані наявність принаймні середньої шкільної освіти часто розглядається як мінімальний рівень, який готує людей до повної участі в житті суспільства та веденні повноцінного життя. Для порівняння, в Україні близько 80% випускників шкіл вступають до вищих навчальних закладів, а понад 50% молодих людей віком 25-34 роки отримали вищу освіту [3].

Отже, з кожним роком все більше і більше людей хочуть мати вищу освіту, розуміючи її значущість. Як казав англійський державний діяч Джордж Галіфакс: «Освіта — це те, що залишається, коли ми вже забули все, чого нас вчили» [5]. І це означає, що університети починають вести активну просувальну роботу для підтримання авторитету університету. З метою розгляду даного питання ми звертаємось до визначення сутності, змісту та значення PR-діяльності університету ДТЕУ

Сутністю PR-діяльності ДТЕУ є комплекс заходів, спрямованих на формування позитивного іміджу вищого навчального закладу у громадськості та його цільових групах. Головним завданням PR-діяльності ДТЕУ є підвищення рівня довіри до університету, привернення уваги студентів та батьків, які обирають навчальний заклад, підтримка партнерських відносин з бізнесом та громадськістю [6].

Зміст PR-діяльності ДТЕУ можна розбити на кілька складових, котрі включають в себе:

- медіа-комунікації. Університет повинен використовувати різні засоби масової інформації для того, щоб привернути увагу громадськості та студентів. До цих засобів належать:

- прес-релізи;
- інтерв'ю з керівниками та викладачами;
- публікації у виданнях та на сайтах;
- організація прес-конференцій, брифінгів та інших подій для засобів масової інформації.

- комунікація зі студентами: університет повинен мати ефективну систему комунікації зі студентами, яка допоможе розповсюджувати інформацію про події, новини, проекти та інші аспекти життя університету. До таких засобів належать:

- розсилка електронних листів;
- організація зустрічей, форумів, дебатів;
- організація подій: університет повинен організовувати різноманітні події, які привернуть увагу студентів, батьків, випускників та громадськості, наприклад: дні відкритих дверей, науково-практичні конференції або ж культурні заходи та фестивалі.

PR-діяльність є надзвичайно важливою для ДТЕУ з кількох причин:

- Створення позитивного іміджу. Імідж університету є важливим фактором визначення рівня його престижності та конкурентоспроможності. Якщо університет має позитивний імідж, то більше студентів будуть брати участь у конкурсі на вступ.

- Привернення уваги. Університет повинен привертати увагу студентів, батьків, випускників та громадськості, щоб мати можливість пропонувати свої послуги та продукти, які він пропонує.

- Збільшення кількості заяв на вступ. PR-діяльність сприяє збільшенню кількості заяв на вступ, що є важливим фактором в успіху університету.
- Залучення інвестицій. Університет повинен привертати увагу інвесторів та спонсорів, щоб мати можливість розширювати свої можливості та розвиватись.
- Підвищення рівня навчання студентів та випускників. PR-діяльність може допомогти університету залучити кращих студентів та випускників, що сприятиме підвищенню рівня навчання та наукових досягнень [7].



Рис. 1.3. Значення PR-діяльності для ДТЕУ

Джерело : [розроблене автором].

Як можна побачити з досвіду, ДТЕУ починає свою рекламну діяльність у період набору абітурієнтів. Хочу акцентувати увагу на тому, що це саме рекламна діяльність, а не PR, бо, по-перше, вона має цілі не на далеке майбутнє, а на найближчий рік, та, по-друге, ця діяльність проводиться не на взаємовигідних

(між суспільством та освітнім закладом) відносинах, а на вузькоорганізаційних, вигідних лише для ДТЕУ засадах (набрати якомога більше студентів).

На відміну від реклами чи пропаганди, що мають головною метою завоювання прихильників і часто ховають факти, PR ставить іншу мету - досягнення згоди, чесного діалогу і віддає перевагу методам, що припускають максимальну відкритість у взаєминах, насамперед зі "своєю громадськістю" персоналом, партнерами, споживачами [8].

Можна виділити три основні групи дій по здійсненню PR в ДТЕУ, націлених на:

- а) досягнення доброзичливого ставлення громадськості до ДТЕУ з метою забезпечити його нормальне функціонування і розширення діяльності;
- б) збереження репутації, що вимагає виявлення і відмовлення від тих традицій і звичаїв, що, навіть будучи цілком законними, можуть вступити в протиріччя з суспільною думкою і зашкодити взаєморозумінню;
- в) продуктивні внутрішні відносини у ДТЕУ, створення у співробітників почуття відповідальності і зацікавленості в справах і діях адміністрації.

Для будь-якого освітнього закладу досить важливими є контакти і зв'язки не лише з безпосередніми кінцевими споживачами їхніх послуг, але і з органами представницької і виконавчої влади (включаючи лобіювання), в тому числі в регіоні, з галузевими асоціаціями роботодавців, профспілками та інші. Разом з тим не можна недооцінювати і такий важливий резерв, як власне освітня кооперація – адміністрації освітніх установ, науково-педагогічного персоналу, інших співробітників і студентів [9].

Різні організаційні заходи проводяться фахівцями зі зв'язків з громадськістю в ході здійснення своєї діяльності. Організаційні форми можуть застосовуватися як в одиничній формі, так і в поєднанні один з одним. Наприклад, виставки, конференції, дні відкритих дверей, презентації. тощо.

Під виставкою розуміється організаційний захід з просування продукту із заздалегідь обумовленим кількістю учасників, строком і місцем проведення. Основне завдання будь-якої виставки – залучення якомога більшої кількості учасників і відвідувачів на виставковий захід для максимального забезпечення корисних людських контактів. Виставка має особливі комунікаційними можливостями, які недоступні іншим засобам комунікацій [10].

З професійним технічним поданням тут безпосередньо і нерозривно пов'язана особисто отримана інформація, можливість діалогу. Без цього не обійтися на етапі прийняття рішень про придбання сучасної складної продукції зважаючи на велике число пропозицій, їх різноманітності, технічної складності і широких можливостей застосування.

Дні відкритих дверей – комплексний захід, що проводиться в певні дні з метою ознайомлення громадськості з певним проектом або ж коротке знайомство з усіма напрямками діяльності [11].

Конференція вважається найбільш формалізованим видом прийому, її успіх і інтерес до неї учасників багато в чому визначені саме можливістю неформального спілкування. Важливим моментом є також видання матеріалів за підсумками конференції, які самі по собі є матеріалом, використовуваним згодом з метою PR [12].

PR-віддача від таких заходів дуже велика. Організатори конференцій, круглих столів, семінарів різко підвищують планку свого іміджу, забезпечується тим самим вихід на досить високий рівень контактів. ЗМІ зазвичай звертають увагу на такі події. Після таких заходів залишаються матеріали довготривалого використання з метою PR: фотографії, відеоматеріали, брошури, тощо.

Презентація – це представлення чогось нового, того, що було створено або з'явилося недавно, наприклад: книги, журнал, кінофільм, телепрограма, організація. Такі заходи можуть бути присвячені будь-яким різним подіям:

новому проекту або програмі, відкриттю нового офісу або представництва організації, чи будь-яких інших культурних чи суспільних об'єктів, підсумками діяльності за певний період. Також можливі щорічні презентаційні акції. Презентація являє собою якусь проміжну (або синтетичну) форму спеціальних подій, що сполучає в собі елементи прес-конференції і представницького прийому. На презентацію, як і на прес-конференцію, запрошуються журналісти, передбачається, що вони зможуть задати питання організаторам та отримати на них відповіді. Коло запрошених також включає партнерів, інвесторів, спонсорів і кредиторів, постійних і корпоративних клієнтів, чиновників і депутатів, експертів [13].

Спонсорство є фінансовою підтримкою, яку надає компанія некомерційним організаціям при проведенні різних заходів в обмін на право встановлення з ними особливих відносин. Спонсорська діяльність частіше спрямована на поліпшення іміджу компанії і формування позитивної думки про її діяльність. Участь в різних благодійних і спонсорських заходах входить в діяльність PR-структур. Ці заходи часто можуть бути використані PR-підрозділами для формування іміджу і вирішення цілої низки інших завдань, що стоять перед PR-діяльністю.

Отже, зв'язки з громадськістю для ДТЕУ - це спроба задовольнити інтерес до нього та його освітніх послуг шляхом передачі наявної інформації через різні канали, в основному, на безкоштовній основі. Кінцева мета таких зв'язків - різні вигоди, що одержить ДТЕУ.

По-перше, PR допомагає підтримувати та зміцнювати свою репутацію. Університет з високим ступенем професіоналізму, інновацій та якості освіти привертає увагу суспільства, за словами економіка Роджера Хейвуда: «Зв'язки із громадськістю є мистецтвом формувати індивідуальність організації» [14]. ДТЕУ має ефективно рекламувати свої досягнення, навчальні програми, наукові дослідження та успіхи студентів. По-друге, діяльність зв'язків з громадськістю є

важливим засобом залучення ресурсів. Завдяки добре організованій PR-кампанії університет залучає бажаних інвесторів та спонсорів, демонструючи їм важливість та потенціал університету. Залучення ресурсів через PR-кампанії допомагає університетам покращити умови навчання, розвиває нові програми, дослідницькі центри та підтримує студентські інтереси й починання. По-третє, PR-кампанія сприяє зміцненню зв'язків зі спільнотою студентів, випускників та наукових колег. Важливу роль у формуванні позитивного іміджу університету відіграє спілкування зі студентами та випускниками. Залучення студентів до PR-процесу, наприклад через студентські організації, допомагає створити особливу спільноту, де студенти відчують себе частиною університетської родини. Слід спілкуватися з випускниками, наприклад, через клуби та заходи, допомагати їм залишатися на зв'язку та брати участь у житті коледжу, а також створювати можливості для наставництва та професійного розвитку.

Однак важливо пам'ятати, що успішна PR-діяльність має базуватися на справжніх досягненнях і цінностях університету. Важливо відобразити розширення якості освіти, наукові досягнення, інновацію програм та міжнародне співробітництво. Відкрита, прозора та ефективна комунікація є основою успішної PR-стратегії.

1.2. Характерологічні риси та специфічні особливості PR-діяльності ДТЕУ

Зважаючи на значення логотипу для університету, необхідно відзначити його важливість як ключового елементу визначення ідентичності та розпізнаваності університетського бренду. Логотип університету несе на собі не лише естетичну цінність, але й глибоке символічне навантаження, яке відображає його цінності, культуру та місію. У світі, де конкуренція в галузі освіти постійно зростає, логотип виступає як візитна картка університету. Він є першим враженням, яке сформується в мозку потенційних студентів, випускників, співробітників та громадськості загалом. Якщо логотип є чітким та має професійне оформлення, він може викликати позитивні емоції, зацікавленість та довіру до університету.

Логотип відображає в собі унікальну ідентичність університету. Його форма, кольори, шрифти та символи можуть передати особливості та цінності, які визначають університет. Наприклад, використання специфічних кольорів може підкреслити академічну серйозність або динамічність університетського середовища. Символи в логотипі можуть асоціюватися з історією, традиціями або особливостями університету [15].

Крім того, логотип університету виступає як засіб спілкування з аудиторією. Він може багато сказати про професіоналізм, інновації, відкритість до нових ідей та високу якість освіти. Логотип стає візуальним символом, який здатен спонукати, співпереживання та викликати емоції. Він може створити привабливу і позитивну ауру навколо університету та стати його центром підтримки.

Логотип також впливає на сприйняття університету як надійного та авторитетного освітнього закладу. Його присутність на документах, веб-

сторінках, рекламних матеріалах та інших комунікаційних засобах підсвідомо формує уявлення про якість та професійність університету. Сильний логотип може викликати віру в якість освіти та підтримати впевненість студентів, що вони обирають правильний університет для свого навчання. Необхідно відзначити, що логотип університету має бути добре збалансованим і враховувати специфіку цільової аудиторії. Він повинен відповідати сучасним тенденціям дизайну, але й не втрачати в собі класичних елементів, які підтримують університетську традицію. Логотип повинен бути гнучким і варіюватися в різних форматах, забезпечуючи зручне та чітке сприйняття на різних пристроях та в різних масштабах [16].

Загалом, емблема університету виконує багатофункціональну роль. Вона сприяє створенню унікальної ідентичності, показує цінності та особливості університету, залучає студентів, випускників та громадськість та сприяє привертанню позитивного враження про університет. Використання ефективного та визначного логотипу може стати стратегічним конкурентним перевагою для університету, сприяючи збільшенню привабливості та престижності його бренду. Зважаючи на всю важливість логотипу, ми вирішили провести детальний аналіз київських топ-5 вищих навчальних закладів, порівнюючи їх з топ-5 вищих навчальних закладів інших країн [17;18].

Таблиця 1.1.

Аналіз логотипів топ - 5 ВНЗ

Назва ВНЗ й логотип	Історичний аспект	Символіка логотипу	Кольори логотипу	Значення логотипу
Оксфордський університет	Логотип відображає історичний характер університету. Готичний стиль натякає	Логотип Оксфордського університету зосереджений на символах, що відображають його історію, традиції та	Логотип використовує комбінацію темно-блакитного, білого і золотистого	Корони представляють мужність, силу та важливу роль університету як центру навчання та досліджень.

	на його довгу історію та традиції.	авторитет університетської освіти. Три корони на тлі емблеми Оксфордського університету використовуються як гербові символи. Ці символи походять від герба англійського міста Оксфорд, в якому розташований університет.	кольорів. Темно-блакитний виступає як основний колір, що асоціюється з престижем. Білий підсилює контрастність шрифту, а золотистий слугує для надання блиску і шику.	Усі ці характеристики логотипу Оксфордського університету спільно створюють відчуття престижу, авторитету та довгого наслідування
Гарвардський університет 	Оригінальне зображення щита логотипу Гарварда було випущено до його двохсотліття 1836. Логотип був офіційно схвалений Гарвардом у 1843 році і з того часу не змінювався [19].	Логотип представлений у вигляді червоного щита, дизайн котрого випромінює справжність і силу. Літери, що становлять девіз університету, написані всередині трьох відкритих книг, що знаходяться всередині цього щита. У деяких місцях щит обвивають вінком, щоб він виглядав сучасніше і ошатніше.	Офіційний колір Гарварда був змінений на цей відтінок червоного в 1890 році. Даний колір був обраний коледжем не просто так - він сильний і потребує уваги.	Логотип Гарварда яскраво заявляє про чесність, моральну проникливість та елегантність. Слово Veritas написано у верхній частині кожної відкритої книги, створене щоб показати, наскільки важлива освіта для багатого і морально здорового суспільства.
Кембриджський університет	Кембриджський університет має довгу історію, що засвідчується готичним	Шпиль, представляє архітектурний елемент Королівського коледжу Кембриджу. Цей шпиль є символом	Кольори логотипу мають горді кольори – червоний з золотим, котрі є характеристико	Логотип Кембриджського університету має просту, але елегантну композицію. Готичний шрифт

	шрифтом логотипу. Це викликає асоціації зі старовинними традиціями, віковим досвідом та цінністю культурної спадщини.	університету і став відомим знаком, що асоціюється з Кембриджем. Леви є уособленням сильного духу, королівства та мудрості.	ю мудрості, поважності, шанобливості, досвідченості.	і шпилі додають йому шарму та розкоші. Це вказує на його високий академічний стандарт, серйозність досліджень і навчання.
Стенфордський університет 	Поточна версія була розроблена Френком Ньюболдом у 1920 році після того, як він був найнятий директором зі зв'язків з громадськістю Стенфордського університету [20].	Логотип Стенфордського університету складається з двох форм: наконечника стрілки, спрямованого вгору до прямокутного блоку із закругленими кутами, на якому написано «Стенфорд»	Кольори, використані в цьому логотипі, включають біле тло з червоними літерами, що надає йому більшого акценту на пристрасі. Якщо дивитися на нього здалеку, то в ньому не так багато кольорів і яскравості.	Дерево є девізом університету «Віє вітер свободи». Це також символ свободи та зростання. Дерево пізнання означає знання та навчання, тоді як Древо життя символізує вічне життя, що робить його подібним до християнської концепції Неба
Массачусетський технологічний інститут 	Графічний образ університету включає мікросхеми, чіпи та сучасні досягнення в галузі робототехніки та технологій. Логотип Массачусетсь	Офіційний друк університету круглий із зовнішньою рамкою, зоною для напису та зображенням у центрі. Лавровий вінок оточив цифру "1861" на подіумі. Коваль зліва позує за ковадлом з молотком. Праворуч видно вченого, який	Колір логотипу є темно червоним. Даний колір може легко підняти частоту пульсу людей, коли вони дивляться на нього. Це потужний колір, який є гарячим,	Логотип загострює нашу увагу на двох персонах, а саме — коваль та науковець, котрі стоять на п'єдесталі на якому викарбовано рік заснування університету. Коваль —

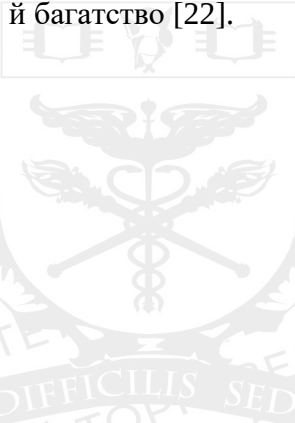
кого технологічно о інституту наголошує на публікаціях та наукових дослідженнях, переводячи навчання студентів на допоміжну роль.	читає книгу, стоячи на одній нозі на лавочці для ніг. На стрічці під трибуною вони намалювали гасло "mens et manus", що перекладається як "думка і рука" [21].	захоплюючим і наполегливий.	уособлення технічної праці над власноруч виконаними виробами, а науковець – знання за допомогою котрих і створюється даний виріб.
---	--	-----------------------------	---

Джерело : [розроблене автором]

Таблиця 1.2.

Аналіз логотипів Київських топ-5 ВНЗ

Назва ВНЗ й логотип	Історичний аспект	Символіка логотипу	Кольори логотипу	Значення логотипу
Київський національний університет імені Тараса Шевченка 	Розроблено у 1994 році на ознаменування 160-річчя заснування університету. Графічні роботи виконав художник Сергій Беляєв.	У центрі гербової композиції зображено головний корпус університету – Червоний корпус – символ фундаментальної університетської освіти. Ліворуч змальовано архангела Михаїла – небесного покровителя Київської землі, а праворуч зображено Святого Рівноапостольного Великого князя Володимира – покровителя знань і неупинного наукового пошуку,	Червоний - колір енергії, адреналіну, уваги, колір який підвищує тиск	Рік заснування університету – 1834 – центральна ідея композиції. Золоті стрічки з написом “Utilitas, Honor et Gloria” (букв. “Користь, честь і слава”), який був девізом ордена Святого Володимира, визначають пріоритети історичного розвитку Шевченкового університету.

		чис ім'я до 1919 р. носив університет.		
Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського" 	Круглий герб зі збереженням автентичних деталей, які існують з моменту створення університету у 1898 році. Підтвердженням цьому є, наприклад, барельєфи у навчальних корпусах №1 та №4 – два корпуси, закладені у перші роки існування університету	Автентичні деталі логотипу означають чотири перших факультети, а саме – механічне, інженерне, сільськогосподарське та хімічне відділення. Навколо кола з деталями зображене лаврове листя, котре символізує перемогу й багатство [22]. 	Великий герб може виконуватися в основному варіанті синього кольору, чорному та білому кольорах. Може використовуватися як з надписом назви університету, так і без неї.	Всередині круглого герба розташований щит із зображенням перших відділень, у яких здійснювалася підготовка фахівців. Малий герб – це щит із зображенням чотирьох перших відділень, відкритих у КПІ ім. Ігоря Сікорського.
Національний університет "Києво-Могилянська академія" 	Розробив видатний український графік Василь Якович Чебанік [23].	Це знак, що поєднує розташований в центрі на гербовому щиті логотип НаУКМА, над ним – стилізоване зображення Божої Матері Марії Оранти, покровительки Університету.	Основним кольором бренд-матеріалів Академії є синій Pantone 286С. Класичний, чистий та достатньо яскравий, він відповідає концепції дотримання високих стандартів	Марія Оранта з піднятими руками та німбом навколо голови є уособленням захисту й сили. Обрамлення із рослинного орнаменту, виконаного в бароковому стилі котрі характеризують контрастність, динамічність образів, прагнення

			сучасного навчального закладу. Є легким для сприйняття та гарно поєднується з іншими кольорами [24].	до величчї і пишності.
Національний медичний університет імені О.О. Богомольця 		Щит барокової форми зі схематизованим абрисом фасаду морфологічного корпусу НМУ, де замість колон під портиком розміщено аббревіатуру “НМУ”. Під аббревіатурою розміщено вінок з листя селери у формі чаші. На зображення фасаду і вінка накладено стилізоване зображення посоху Асклепія зі змією. Щит має обрамлення у вигляді вінка з дубових і лаврових гілок, перевитих стрічкою. Верхівка щита має вигляд симетричної композиції, яка складається зі стрічки і малого державного герба України.	Блакитний Срібний Золотий кольори, підкреслюють благородність та стриманість показуючи впевненість, надійність та шляхетність	Жезл Асклепія, змія та чаша Гігієя є символом медицини згідно зі старогрецькими міфами в котрих Асклепій – грецький бог медицини хотів зробити людей безсмертними, але Зевсу не сподобалась така затія і він його вбив, після чого в храмі Асклепія почали знаходити мертвих змій, котрих брали на руки й вони оживали. У Асклепія була дочка, котра після смерті батька приходила доглядати храм. Чаша стала її символом тому що подекують що з неї вона пила зілля мудрості [25].

Національний авіаційний університет 	У центрі логотипу зображені книги з ручкою котрі здійснюються на крилах. На задньому фоні розташована мапа світу, котра вказує на розвинуті міжнародні стосунки й велике розмаїття можливостей інтернаціонального навчання. Римські цифри попід книгами означають дату заснування університету, а саме 1933 рік.	Основними кольорами є синій та блакитний, котрі викликають відчуття надійності та безпеки та символізують блакить неба	Логотип є легким та зрозумілим для сприйняття, книги символізують знання, крила означають політ знань на крилах науки.
--	---	---	---

Джерело : [розроблено автором]

Наш вибір впав саме на університети Британії, так як британська освіта відповідає загальноприйнятим ідеалам, а університети обраної країни стоять на перших місцях в топі всесвітніх ВНЗ. Зважаючи на це, ми вирішили порівняти логотип Державного торговельно-економічного університету, котрий займає 43 місце в топі найкращих університетів України з Британським університетом Роял Холлоуей, котрий також посідає 43 місце в топі університетів Британії [17;18]

Таблиця 1.3.

Порівняльна таблиця логотипів вищих навчальних закладів ДТЕУ та Роял Холлоуей

Назва ВНЗ й логотип	Символіка логотипу	Кольори логотипу	Значення логотипу	Висновок
Державний торговельно-	Щит торгівлі Гермеса (Меркурія) на тлі	Зелений колір характеризує багатство,	Образ Гермеса в давньогрецькій міфології є	Логотип ДТЕУ виглядає легко й гармонічно,

економічний університет 	перехрещених смолоскипів. У главі щита — розгорнуті книжки та фігура Архистратига Михаїла. Щит вміщено на картуш у вигляді розгорнутого сувою. Клейнод і бурелет: розгорнута книжка на тлі вінка з лаврового листа на бурелеті. У центрі книжки — зображення державного герба України. Щитотримачі: античний бог торгівлі Гермес та богиня науки і мудрості Афіна-Паллада. Девізна стрічка смарагдова з латинським девізом “Scientia difficilis sed fructuosa”.	свіжість, життя, гармонію, зростання, новизну. Вважається заспокійливим кольором, та означає: «Вперед!» [26]. Золотий колір - символ тепла, краси, перемоги, слави, мудрості та досвіду. Смарагдовий колір виглядає дуже розкішно та багато. Це збалансований відтінок зеленого, що уособлює спокій, безтурботність, молодість та щастя [27].	уособленням торгівлі й спритності. Образ Михаїла є уособленням захисника, патрона воєнків і лицарів. Образ Афін є уособленням науки й мудрості. Латинський девіз “Scientia difficilis sed fructuosa” означає: «Наука важка, але плідна»	поєднуючи світлі та яскраві кольори. Логотип уособлює в собі трьох персон, котрі є символами торгівлі, науки та захисту.
Роял Холлоуей 	Логотип складається з щита Королівського Холлоуея та оточуючих його елементів. На гербі зображено три півмісяці, взяті з власного герба Томаса Холлоуея.	Логотип носить горді кольори, а саме – жовтий, помаранчевий та чорний. Жовтий з помаранчевим характеризують колір хутра горностая, котрий є	Ромби є уособленням нагадування про те, що коледж з самого початку був заснований для жінок, адже традиційно ромб носять на руці незаміжні жінки	Логотип містить на перший погляд незрозумілу символіку, але якщо поглибитися в її сенс, ми зрозуміємо що вона має

Поле, котре взято з герба Бедфорда, виконано в картатому дизайні з додаванням плям горностая. Між двома чорними ромбами стоїть лампа навчання. Нижче наведено девіз, взятий із герба Бедфордського коледжу, який звучить так: <i>esse quam videri</i> [28].	символом університету. Ромби чорного кольору символізують те що, в давні часи незаміжні жінки й вдови носили позначку чорного ромба на руці. А університет с самого початку був створений саме для навчання в ньому жінок.	або вдови. Символи, схожі на пір'я, представляють хвости горностая. Девіз, взятий із герба Бедфордського коледжу, який звучить так: <i>esse quam videri</i> , що в перекладі означає: «бути кимось, а не здаватися кимось» [29].	глибокий історичний сенс, котрий передає нам історію започаткування університету. Також, логотип носить насичені й нестандартні в поєднанні кольори, котрі одразу кидаються в око.
---	--	--	--

Джерело : [розроблено автором]

Провівши аналіз топ-5 вищих навчальних закладів України, ми можемо зробити висновки, що логотип кожного ВНЗ має не тільки привабливий й естетичний зовнішній вигляд, а й глибоке символічне навантаження, яке відображає його цінності, культуру та місію. Логотипам українських університетів в основному притаманний синій або блакитний колір, котрі означають впевненість, шляхетність, безпеку та у багатьох асоціюються з небом – символом яскравого майбутнього [30]. Також, багатьом логотипам притаманне використання рослин, котрі розкішно вкривають краї емблеми, створюючи легкий та водночас вишуканий образ. Вони включають в себе широке різноманіття трав, починаючи від лаврового вінка, що означає перемогу, закінчуючи листям селери, що символізує надійність та міцний дух закладу. На емблемі багатьох університетів знаходиться герб, або прапор України, вказуючи на вшанування та гордість за свій народ. Також хочемо відмітити в логотипах присутність таких відомих образів як: Божа Матір Марія Оранта, архангел

Михайл, Великий князь Володимир, Афіна Паллада, котрі є духовними просвітителями науки й перемоги. Кожний з логотипів українських університетів є зрозумілим, тобто подивившись на нього, ми одразу збагнемо який це саме університет. Наприклад на логотипі університету імені Тараса Шевченка змальований його славетний червоний корпус, на логотипі Києва-Могилянської академії – емблема у вигляді літери «М», на логотипі Київського Політехнічного інституту знаходяться знаряддя праці, котрі підказують про технічну спрямованість університету, Національний медичний університет імені Богомольця має в логотипі аббревіатуру «НМУ», а також посох Асклепія зі змією та чашу, котрі вказують на медичну спрямованість університету, Національний Авіаційний університет розмістив посеред логотипу крила, про що каже лозунг вищого навчального закладу: «Вище НАУ тільки небо» [31], а логотип Державного торговельно-економічного університету містить постать Гермеса, що є уособленням торгівлі.

Здійснивши аналіз всесвітніх топ-5 вищих навчальних закладів [18], ми можемо зробити висновки, що в них закладена велике минуле, історія та душа університету. Таким університетам як Оксфордський, Гарвардський, Кембриджський, Стенфордський, Массачусетський та Роял Холлоуей властиві переважно насичені й глибокі кольори, а саме – червоний, бордовий, чорний. Синій, золотий. Це благородні кольори, котрі характеризуються з ошатним стилем бароко та носять в собі благородну історію. Наприклад, корони на логотипі Оксфордського університету свідчать про герб старовинного міста Оксфорд. Логотип Гарвардського університету містить в собі щит з відкритими книгами в середині котрих написано: «Освіта», тобто ми можемо провести паралель між символами, начебто щит стоїть на обороні освіти. Логотипу Кембриджського університету характерний готичний стиль, леви, що стоять на варті та самі шпилі університету, що стали його символом. Дерево посеред

логотипу Стенфордського університету свідчить про вічну мудрість завдяки освіті, адже наука – єдине що лишається вічним. На логотипі Массачусетського технологічного інституту зображені дві постаті – одна з них символізує науку, а друга – працю котру можна втілити в життя завдяки науці. Логотипи п'ятірки найвизначніший університетів сповнені аналогіями, метафорами, порівняннями і навіть загадками. Вони є особливими та неповторними, приховуючи за своїм зовнішнім виглядом глибокий сенс.



РОЗДІЛ II.

ТВОРЧЕ ПРОЕКТУВАННЯ

2.1 Аналіз діяльності сайту університету ДТЕУ

В умовах глобалізації багатьох світових ринків використання мережі Інтернет та внутрішньо фірмових телекомунікаційних мереж дозволяють знизити витрати на виконання більшості маркетингових функцій. Управління та обмін інформацією є надзвичайно важливим фактором для забезпечення ефективності та результативності будь-якого маркетингового каналу. Інтернет-технології надають можливості змінювати межі ринків (перехід від локальних до міжнародних), міняти принципи конкуренції та надавати нові засоби для ведення конкурентної боротьби [32]. Завдяки цим причинам університети також мають тенденцію просувати свої послуги у вигляді інтернет сайту. І наразі я хочу проаналізувати діяльність сайту ДТЕУ порівнюючи його з сайтами інших вищих навчальних закладів, котрі стоять як в українському так і у всесвітньому топі університетів [33].

Таблиця 2.1.

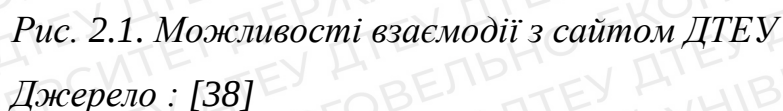
Аналіз наповнення сайту ДТЕУ

Назва критерію оцінювання сайту	Пункти критерію оцінювання сайту	Висновки щодо критерію оцінювання сайту
Дизайн та візуальне враження	Загальний дизайн сайту	Сайт має професійний та сучасний дизайн, котрий відповідає іміджу університету
	Стиль сайту	Використання кольорів, шрифтів та графічних елементів сайту є простими, але гармонійно поєднуються створюючи легку для сприйняття картину

	Адаптивність сайту	Сайт має гарний рівень адаптивності працюючи на всіх пристроях включаючи комп'ютери, планшети, телефони
Навігація та структура	Логіка навігації сайту	Це головна родзинка сайту ДТЕУ. На першій же сторінці нас зустрічає широка варіація пунктів та підпунктів потрібної й корисної інформації, цим самим створюючи легкий процес навігації сайту
	Структура сайту	Сайт оснащений системами категорій підрозділів з розгалуженням сторінок, тим самим полегшуючи пошук й надає можливість детально вивчити потрібну інформацію
Інформаційний зміст	Якість та актуальність інформації поданої на сайті	Сайт має достатню інформацію по всім основним категоріям такі як: факультети, спеціальності, викладацький склад, наукову та міжнародну діяльність, тощо.
	Контактна інформація та розклад	Сайт надає можливість детально ознайомитися з номерами мобільних телефонів, розташуванням, розкладом та має посилання на соціальні мережі й включає в себе іншу контактну інформацію

Джерело : [розроблено автором]

Візуальна картинка та зручність користування є важливими атрибутами сайту, але також важливо пам'ятати про технічні моменти з котрими зіштовхуються як розробники так і відвідувачі сайту. Тому ми вирішили розглянути такі складові як: ефективність сайту, взаємодію сайту зі спільнотою та відстеження його аналітики.



На додачу до вищезгаданих варіацій взаємодії з сайтом на рис. 2.2, ми можемо побачити можливість зворотного зв'язку у вигляді чат боту за допомогою котрого ми можемо поспілкуватися з онлайн консультантом з приводу нагальних питань.

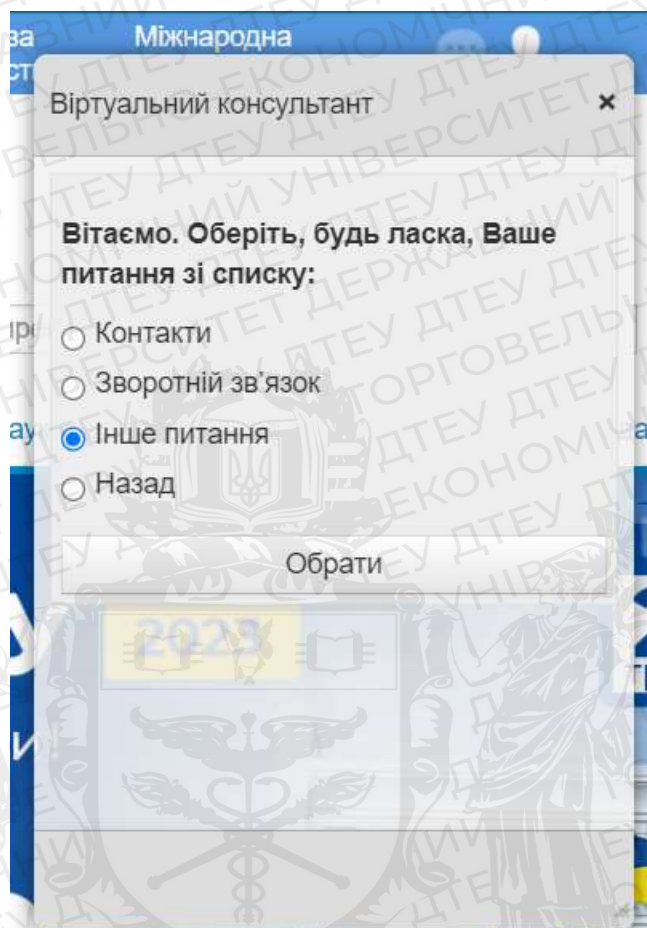


Рис. 2.2. Віртуальний консультант на сторінці сайту ДТЕУ
Джерело : [38]

Ефективність сайту, тобто швидкість його завантаження є не менш важливою складовою так як місією онлайн ресурсів є швидкий, зручний та корисний інтернет. Швидкий сайт зазвичай відкривається протягом 3 секунд. Йдеться про повне завантаження вмісту ресурсу, зокрема зображень, відео й інтерактивних елементів [34]. За допомогою власного дослідження, ми визначили, що на завантаження сайту ДТЕУ йде 2.6 секунди, отже його можна назвати швидким. Але, можливо, якби сайт вмістив більше однієї сторінки або більше графічних елементів\відео, то результат дослідження був би негативним.

Взаємодія зі спільнотою сайту ДТЕУ надає можливість ознайомитись з блогом, анонсами та новинами сайту, котрі включають в себе свіжу інформацію підкріплену фотографіями, відеоматеріалами та посиланнями рис. 2.3. Даний атрибут може містити заходи, конференції, лекції з можливістю реєстрації для прийняття участі в них. Перш за все це є важливою ланкою для студентів та викладачів, котрі приймають активну участь в розвитку університету. На додачу, можливість взаємодії зі спільнотою сайту є значущим етапом ознайомлення з університетом при бажанні вступу до нього, подумки занурюючи нас в його атмосферу демонструючи різноманіття активностей для всіх факультетів та спеціальностей.



Рис. 2.3. Взаємодія зі спільнотою сайту ДТЕУ

Джерело : [38]

Для повного розуміння технічної роботи сайту ДТЕУ, ми зібрали дані використовуючи платформу SimilarWeb - постачальника цифрової інформації для корпоративних клієнтів та власників малого та середнього бізнесу. Платформа надає послуги веб-аналітики та пропонує своїм користувачам дані про мережевий трафік та дії їхніх клієнтів та конкурентів [35]. На даній платформі ми знайшли корисну інформацію для порівняння в таких категоріях як: глобальний рейтинг, рейтинг по країні, кількість візитів сайту та їх

протяжність, географічне спрямування сайту, розподіл користувачів за статтю та віком, а також найбільш конкурентні веб-сайти табл. 2.2.

Задля заглиблення в тему з приводу даної галузі ми порівняли сайт ДТЕУ з найкращим університетом України, а саме – Київським національним університетом імені Тараса Шевченка, також з найкращим університетом світу - Оксфордським та університетом Royal Holloway, котрий за показниками 2020 року стоїть на однаковому місці з ДТЕУ в рейтингу найкращих університетів Британії [36].

ДТЕУ в глобальному рейтингу сайтів сягає 188,906 місця, це означає що його рейтинг менший за рейтинг сайту КНУ на 64,094 щаблів, сайту Оксфордського університету на 180,432 щаблів і Роял Холловея на 111,017 щаблів. Хоча, ми можемо спостерігати підвищення українських університетів в топі сайтів і ДТЕУ в даному випадку рухається більш швидкими темпами аніж КНУ. А з сайтами Британії, навпаки, спостерігається падіння в рейтингах, і якщо для Оксфордського університету цей результат є незначним, то для університету, що посідає 43 місце в топ-100 університетах Британії, даний спад є досить швидким [36].

Щодо рейтингу всередині країн ситуація має схожість з університетами України і сильний відрив між університетами Британії, скоріш за все це може бути пов'язано з тим, що станом на 2019 рік в Україні налічувався 281 університет, а в Британії втричі більше – 850. Тож, показники ДТЕУ менші показників КНУ майже на 1000 одиниць, це вважається відносно невеликим розривом, а ось Британські вищі навчальні заклади шокують з розривом у 70,000 позицій.

Показники загальної кількості візитів українських сайтів ВНЗ не мають значного розриву і становлять 124,2 тисячі на сайті ДТЕУ і 329,3 тисячі на сайті КНУ. В той час як британські ВНЗ знову ж таки мають великі розбіжності в

показниках, де візити Оксфордського сайту перевищують показники Роял Холлоуей на 6 мільйонів. Середній час візиту на сайтах є середнім, не маючи знаних розбіжностей та становить від 4 до 6 хвилин. Географічне спрямування сайтів в основному варіюється між країнами Європи та США. В такому параметрі як: «Розподіл за статтю» всі університети мають схожі результати, де жінки становлять більшу частину студентів [37]. А в розподілі за віком переважну частину студентів становлять люди віком від 25 до 34 років.

Таблиця 2.2.

Аналітика та відстеження конкурентних сайтів

Параметр оцінки сайту	ДТЕУ [38]	КНУ [39]	Оксфордський університет [40]	Роял Холлоуей [41]
Глобальний рейтинг	# 188,906 ↑ 48,358	# 124,812 ↑ 3,921	# 8474 ↓ 439	# 77,889 ↓ 13,203
Рейтинг в країні	# 2,979 ↑ 1,411	# 1,981 ↑ 25	# 547 ↓ 17	# 4,080 ↓ 1,160
Загальна кількість візитів	194,2К	329,3К	6.9М	629,0К
Середній час візиту	00:04:04	00:04:33	00:04:23	00:06:30
Географічне спрямування сайту	Україна:85,88% Германія:9,87% Польща:0,90% Швейцарія:0,69% Франція:0,54% Інші:2,12%	Україна:86,77% Швейцарія:2,5% Германія:1,68% Нідерланди:1,42% США:1,25% Інші:6,83%	Британія:51,61% США:10,74% Індія:2,72% Австралія:1,84% Канада:1,81% Інші:31,28%	Британія:82,24% Португалія:2,31% США:1,85% Іспанія:1,44% Індія:1,32% Інші:10,84%
Розподіл за статтю	Жінки: 57,72% Чоловіки: 42,28%	Жінки: 54,16% Чоловіки: 45,84%	Жінки:50,92% Чоловіки:49,08%	Жінки:51,05% Чоловіки:48,95%
Розподіл за віком (по рокам)	18-24 - 13,37% 25-34 - 36,55% 35-44 - 23,33% 45-54 - 15% 55-64 - 8,49%	18-24 - 17,83% 25-34 - 35,52% 35-44 - 20,33% 45-54 - 14,32% 55-64 - 8,15%	18-24 - 26,14% 25-34 - 32,92% 35-44 - 17,74% 45-54 - 11,13% 55-64 - 7,18%	18-24 - 27,74% 25-34 - 31,46% 35-44 - 17,03% 45-54 - 11,47% 55-64 - 7,54%

	65+ - 3,27%	65+ - 3,85%	65+ - 4,88%	65+ - 4,78 %
Конкурентні веб-сайти	studfile.net nau.edu.ua hneu.edu.ua khadi.kharkiv.ua kart.edu.ua	nubip.edu.ua osvitoria.media pidru4niki.com univ.kiev.ua pdatu.edy.ua	ucl.ac.uk ed.ac.uk cam.ac.uk harvard.edu imperial.ac.uk	rhul.ac.uk rhul.my.sharepoint qmul.ac.uk the.completeunivers s kcl.ac.uk

Джерело : [35]

Здійснюючи аналіз сайту ДТЕУ ми зробили висновки, що наповнення й оформлення сайтів не має великих розбіжностей між українськими ВНЗ. Вони надають багато інформації й мають простий, легкодоступний дизайн. З одного боку це може стати перевагою через можливість широкого вибору матеріалу зібраного на одній сторінці та з відсутністю зайвих елементів чи кольорів для відволікання. Але з іншого боку це демонструє недбалість в підході то такого важливого елементу сайту як його оформлення. Чого не скажеш про сайти Британських вишів. Відвідуючи їхні сторінки ми бачимо скільки роботи вкладено в їх створення та підтримання. Їхнє оформлення знаходиться на високому рівні в дизайні, навігації та технічному обслуговуванні.

З приводу технічного обслуговування сайту ДТЕУ, ми з впевненістю можемо стверджувати, що його показники відносно інших українських ВНЗ є доволі високими. Сайт ДТЕУ (тобто університету, котрий знаходиться на 43 місці в топі університетів України [17] нічим не поступається сайту КНУ, що посідає перше місце. Чого не можна сказати про різницю між сайтами вишів Британії. Показники Оксфордського університету перевищують показники Роял Холлоуей в тисячі та навіть в мільйони разів. Переважно, це може бути пов'язано з кількістю вишів в Україні та кількістю вишів в Британії, де їх більше майже в чотири рази, а це означає що і рівень конкуренції там вищий.

2.2 Можливості вдосконалення сайту університету ДТЕУ

Даний розділ випускної кваліфікаційної роботи присвячений важливій темі покращення веб-присутності ДТЕУ. В сучасному цифровому віці, веб-сайт виступає як центральна платформа для комунікації, інформування та взаємодії зі студентами, викладачами, персоналом та широкою громадськістю. Тому вдосконалення сайту має вирішальне значення для успішного функціонування та просування нашого університету. Як сказав американський інвестор й бізнесмен - Роберт Кійосакі: «Я вважаю, що краще вітати зміни, аніж боятися їх» [42]. Наш університет має великий потенціал для покращення своєї веб-присутності, щоб забезпечити зручний та ефективний доступ до інформації, розширити можливості спілкування й залучити нових студентів та співробітників.

Порівнявши сайт ДТЕУ з сайтами більш популярних університетів й зосередившись на дизайні, функціональності, користувацькому досвіді та пошуковій оптимізації, ми виявили ключові аспекти, котрі потребують удосконалення а також створили пропозиції конкретних заходів щодо покращення.

Таблиця 2.3.

Поради щодо покращення веб-сайту [43]

Елементи ефективного веб-сайту	Значення елементів ефективного веб-сайту
Слід думати, як клієнти	На етапі планування веб-сайту, варто оцінити те, що ми хочемо отримати в кінцевому результаті з точки зору відвідувача. Слід подумати про те, що приваблює користувачів сайту, які запитання чи наміри вони можуть мати. Це досить складне завдання, оскільки ви краще знайомі з асортиментом продукції та веб-сайтом, ніж клієнт. Тому попросіть колег, друзів або членів родини, які мало знають про вашу компанію та сайт, відвідати ваш сайт.
Слід розміщувати	Новим користувачам може бути важко звикнути до незнайомого веб-сайту. Додавання занадто великої кількості посилань, зображень або

лише корисну інформацію	тексту може заплутати його відвідувачів. Навпаки, добре організований і простий для розуміння веб-сайт забезпечить кращу взаємодію.
Сторінки мають завантажуватися швидко	Варто впевнитися в тому, що сторінки завантажуються швидко для всіх користувачів, особливо якщо вони використовують повільніші підключення до Інтернету, наприклад комутоване.
Варто стежити за актуальністю контенту	Слід переконатися, що на сайті немає застарілої інформації, наприклад неправильних цін. Ці деталі можуть негативно вплинути на довіру відвідувачів веб-сайту.
Варто указувати контактну інформацію	Як правило, клієнти відвідують веб-сайт, щоб знайти контактну інформацію, адресу або години роботи. Цю інформацію слід додавати внизу кожної сторінки.
Слід оптимізувати веб-сайт для мобільних пристроїв	Багато клієнтів відвідують сайт зі своїх мобільних телефонів. Деякі телефони не зможуть відтворювати Flash-вміст [44] або обробляти складну інтерактивну графіку. Щоб переконатися, що ви не втратите цих потенційних клієнтів, варто дати їм можливість отримати найважливішу інформацію, не переглядаючи весь сайт.

Джерело : [розроблено автором]

Тож, розуміючи сутність аналізування сайту, основні моменти на котрі важливо звертати увагу при його створенні та підтримці, ми можемо приступити до можливостей покращення сайту ДТЕУ, користуючись порівняльним досвідом сайтів й власними навичками в розумінні їх структури.

Таблиця 2.4.

Можливості вдосконалення сайту ДТЕУ

Критерій оцінювання сайту	Мінуси в критерію оцінювання сайту	Можливості вдосконалення
Загальний дизайн сайту	Сайт ДТЕУ загалом має професійний та продуманий дизайн, але провівши порівняння з більш відомими університетами, ми можемо зробити висновки, що сайт не виділяється з-поміж інших. Логотип має насичені та яскраві кольори, а саме – жовтий, синій, зелений. Вони є родзинкою університету, тому могли б стати і родзинкою сайту. Також, на нашу	Сайт ДТЕУ міг би використати послуги фахівців, котрі розуміються на тенденціях моди та технологій сайтів в 2023 році. Ми бачимо можливості вдосконалення кольорової гамми сайту, використавши більше основних кольорів університету. Також елементи й деталі є важливим фактором

	думку, було б гарно додати контрастних деталей, котрі притягували б до себе увагу, адже перше на що ми звертаємо увагу – дизайн. За словами Коко Шанель: «У вас не буде другого шансу, щоб справити перше враження» [45].	оцінки, їх може бути безліч: різні методи скролінгу, появи картинок, додавання відеоматеріалів, збільшення використання символіки університету на сайті, цікавий текст, рухання іконок при наведенні і багато іншого, що так чи інакше привертає увагу глядача й робить сайт особливим.
Логіка навігації сайту	Сайт ДТЕУ надає детальну інформацію про все, що може цікавити студента, але наскільки гарно вона представлена? На нашу думку – інформація в шапці сайту представлена хаотично. Сайт загалом включає одну сторінку з посилання на інші сторінки. Саме тому на одній головній сторінці ми можемо побачити великий потік інформації, що може затягнути час пошуку потрібного пункту.	На нашу думку, інформація сайту ДТЕУ має бути більш структурною. Наприклад вкладка «факультети кафедри» містить 38 пунктів з факультетами та спеціальностями, пошук конкретного, що нас цікавить – відносно непросте завдання. Так як факультети розподіляються на спеціальності, їх має бути краще видно, наприклад: великий текст, інший колір, інший шрифт, тощо.
Структура сайту	Структура сайту включає в себе одну сторінку з посиланнями на інші сторінки, ще є нормальним оформленням сайту, але його логіка порушена. Наприклад коли ми заходимо на вкладку «Вчена рада» воно має формат шапки й тексту під ним. Коли заходимо на вкладку «Бібліотека» [38], шапка зникає й лишається лише інформація. А коли натискаємо на пункти від «Студенту» до «Наукові журнали ДТЕУ» нам пропонують перелік посилань, за котрими нам потрібно перейти ще.	На нашу думку, зважаючи на оформлення сайтів інших університетів, слід підібрати правильну структуру й логічне розташування інформації, грубо кажучи зменшити її загальний візуальний об'єм шляхом розкладення по папках.

Контактна інформація	Сайт надає можливість детально ознайомитися з номерами мобільних телефонів, розташуванням, розкладом та має посилання на соціальні мережі й включає в себе іншу контактну інформацію, але порівнюючи з сайтами закордонних ВНЗ, вона є недостатньою. Наприклад сайт вищезгаданого Британського університету Оксфорд включає посилання на 10 соціальних мереж й інших платформ на котрих розташована сторінка навального закладу [40]. А ДТЕУ містить посилання на 4 соціальні мережі. В додаток до того, за нашими спостереженнями, сторінка ДТЕУ зареєстрована в Instagram, але згадка про це на сайті відсутня.	Залучення PR-відділу університету задля створення, оформлення й підтримання соціальних мереж й розміщення їх посилань на сайті. Велика увага наразі приділяється соціальній мережі під назвою TikTok [45], тому університет може підключити просування своїх послуг на даній платформі, задля розширення авторитету ДТЕУ.
Адаптивність сайту	Затиснувши комбінацію клавіш fn + f12 ми можемо переглянути яким чином сайт виглядає на різних пристроях. І ось відкривши головну сторінку на пристрої iPhone 12Pro ми бачимо що картинки розташовані в хаотичному форматі зигзагу, що є незручним для сприйняття. Плюс до того між матеріалом та кінцем сторінки знаходиться порожній проміжок місця. рис.2.4	Так як бекенд (технічна) частина сайту є більш складною ніж фронтенд (візуальна) частина, слід залучити до праці над сайтом досвідчених фахівців, котрі знаються як оформлювати сайт, як писати код до нього, як працювати з конструкторами, тощо.

Джерело : [розроблено автором]

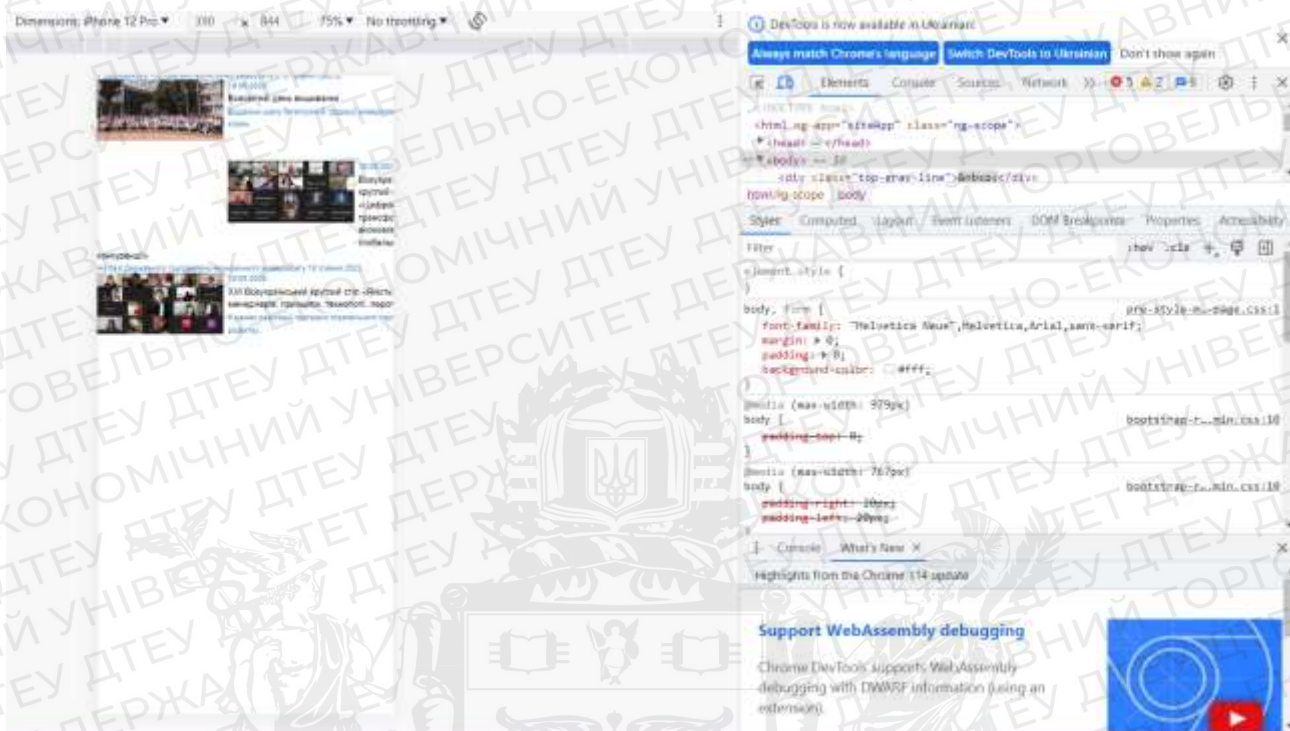


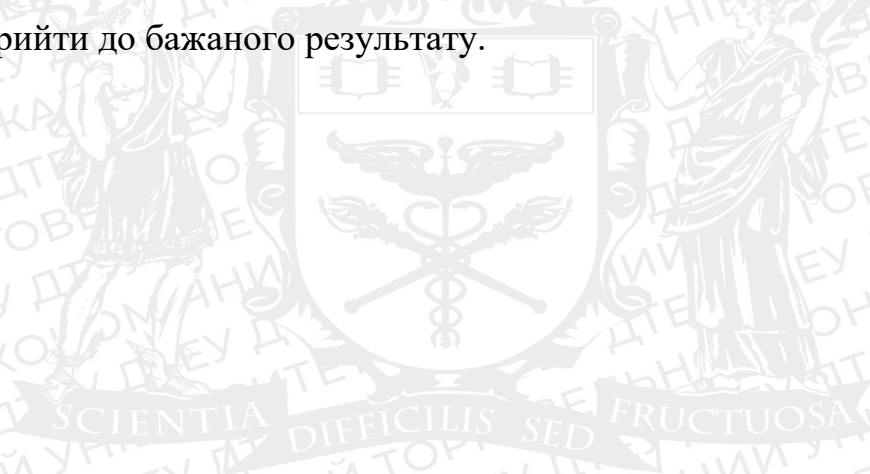
Рис. 2.4. Тестування адаптивності сайту ДТЕУ

Джерело : [33]

Зважаючи на умови котрі склалися в нашому суспільстві внаслідок пандемії та воєнних конфліктів, ситуація змінилася і багато людей тепер проводять значно більше часу перед комп'ютерами. Онлайн навчання, віддалена робота, зростання використання інших онлайн-сервісів стали частиною нашого життя, хочемо ми того чи ні. Але вони є необхідним інструментом, що допомагає нам адаптуватися до нових умов, за допомогою котрих ми здатні продовжувати навчання, працювати та забезпечувати себе різноманітними послугами не виходячи з дому.

Виходячи з даної ситуації ми розуміємо, що дана участь не оминула і PR просування, джерелом котрого також стали онлайн платформи, тому ми розуміємо наскільки важливим є вдосконалення сайтів в наші часи. Тож,

розглянувши працездатність сайтів, ми можемо зазначити, що шлях до гарного, зручного, новітнього, багатофункціонального сайту є важким трудом, але вони того вартують, адже наразі основним методом просування серед молоді є сайти та соціальні мережі. Аналізуючи технічну й візуальну частину сайт ДТЕУ має достатній рівень розробки як для сайту українського університету, більш того, зважаючи на те що ДТЕУ не є лідером в топі українських ВНЗ. Звичайно, якщо порівняти українські сайти з іноземними, ми можемо помітити різницю у вигляді зовнішнього оформлення, дизайнерської розробки, зручності навігації та адаптивності пристроїв, але шляхом аналізування й праці над помилками ми можемо прийти до бажаного результату.



ВИСНОВОК

Здійснюючи аналіз діяльності сайту ДТЕУ, ми зважили за доцільне навести аналіз дослідження ринку освітніх послуг, з'ясувати який відсоток людей мають вищу освіту та як вони діляться за віком та статтю. Також ми визначили значення PR-діяльності для ДТЕУ, дізналися якими особливостями наповнений сайт ДТЕУ.

Ми розглянули дизайн, навігацію, структуру, інформаційний зміст, дослідили його аналітику, порівнюючи її з аналітиками інших сайтів і отримавши дану інформацію зробили висновки щодо критеріїв оцінювання сайту. На ілюстративних прикладах ми показали особливості й родзинки сайту ДТЕУ, та звернули увагу на наявність віртуального консультанта, за допомогою якого можна задати будь яке питання з приводу університету.

Також ми розглянули сильні й слабкі сторони сайту задля можливості його вдосконалення й навели поради щодо покращення веб-сайту. Порівнюючи сайт ДТЕУ з сайтами передових вузів Британії, ми визначили що він потребує покращення в таких складових як: дизайн, логіка навігації, структура, контактна інформація, адаптивність. Підкріплюючи це, ми додали ілюстрації для зображення похибок з приводу такого елементу як тестування адаптивність.

Також ми звернули увагу на такий важливий показник не тільки університету, а й загалом кожного підприємства як його логотип. Тому з метою визначення їх історичних аспектів, символіки, кольору, значення, ми порівняли логотипи топ п'ятірки Київських університетів з логотипами топ п'ятірки всесвітніх найуспішніший університетів. Державний торговельно-економічний університет знаходиться на 43 місці в топі ВНЗ, задля точного аналізу його логотипу, ми зіставили логотип з логотипом університету Роял Холлоуей, котрий також посідає 43 місце в рейтингу Германії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Терєбус О. Л. Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки // PR у системі масових комунікацій. - 2010. – С. 4.
2. Dataintel. Звіт про дослідження ринку освітніх послуг. URL: <https://dataintel.com/report/educational-services-market/>
3. Національне агентство кваліфікацій. Населення віком 25-34 роки з вищою освітою за 2021 рік. URL: <https://nqa.gov.ua/news/visu-osvitu-v-es-maut-41-molodih-ludej/>
4. Статистична організація Європейської Комісії. 41% молодих людей мають вищу освіту. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/-/ddn-20220524-2?fbclid=IwAR3ZYJMTibcZCiGY8Zs1Ijd79LGi0hvwq3VNCMDOXmf7Z7mKPQAIhcMDEjo>
5. Матеріал з вікіцитат. URL: https://uk.wikiquote.org/wiki/%D0%94%D0%B6%D0%BE%D1%80%D0%B4%D0%B6_%D0%93%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%84%D0%B0%D0%BA%D1%81
6. Deadline. Сервіс №1 для журналістів в Україні. URL: <https://www.deadline.com.ua/blog/pr-dlya-vnz-scho-potr-bno-znati-pro-komun-kac-u-navchal-nih-zakladah>
7. Курілло В. Е., Савченко О. В. Public Relations для вищих навчальних закладів. - Миколаївський державний гуманітарний університет імені Петра Могили., 2003. – С.3.

8. SKVOT MAG. Онлайн-курси про головні навички креативних індустрій. Пропаганда для сторітелера. URL: <https://skvot.io/uk/blog/propaganda-dlya-storitellera>
9. Росенко.М.І. Кандидат з наук URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=214>
10. Інформаційно – бібліотечний центр НБК "Домінанта". URL: http://dominanta-bibl.kiev.sch.in.ua/podii_masovi_zahodi/vistavki/
11. Каразінський університет. День відкритих дверей. URL: <https://karazin.ua/kultura/den-vidkritikh-dverei/#:~:text=%D0%94%D0%B5%D0%BD%D1%8C%20%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%BA%D1%80%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%85%20%D0%B4%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B9%20%E2%80%94%D1%86%D0%B5%20%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%B4%D0%B8%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B8%D0%B9,%D0%A5%D0%B0%D1%80%D0%BA%D1%96%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%83%20%D0%BD%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%83%20%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%B8%D1%82%D0%B5%D1%82%D1%96%20%D1%96%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%96%20%D0%92>
12. Osvita.Ua. Урок-конференція та її аналіз. URL: <https://osvita.ua/school/method/technol/721/#:~:text=%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%86%D1%96%D1%8F%2C%20%D1%8F%D0%BA%20%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%20%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D1%96%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97%20%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE,%D0%BF%D>

0%B5%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D1%82%D0%B5%D0%BE%D1%80%D0%B5%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D1%87%D0%B8%20%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B5%D0%BC%D0%B8

13.Барна О. В., Морзе Н. В. Комп'ютерна презентація та її об'єкти. URL:

[https://naurok.com.ua/komp-yuterna-prezentaciya-ta-ob-ekti-176005.html#:~:text=%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F%20\(%D0%B7%20%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%BB, %D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BC%D0%B8%20%D1%86%D0%B5%20%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%20%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97](https://naurok.com.ua/komp-yuterna-prezentaciya-ta-ob-ekti-176005.html#:~:text=%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F%20(%D0%B7%20%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%BB, %D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BC%D0%B8%20%D1%86%D0%B5%20%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%20%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97)

14.Провізор. Репутація, паблісіті, імідж, корпоративна культура. URL:

https://www.provisor.com.ua/archive/2003/N8/art_09.php

15.Васильєва І. В., Васильєва О. С., Гричанюк О. В., Калун О. Ю., Пашкевич К. Л. Логотип та емблема як складові фірмового стилю закладів освіти України. \ Art and Design. – 2020. – № . - С. 2.

16.Evopack. Логотип, фірмовий знак, емблема, в чому відмінності? URL:

<https://evopack.com.ua/logotyp-firmovyj-znak-emblema-v-chomu-vidminnosti/#:~:text=%D0%97%20%D1%82%D1%80%D1%96%D0%B9%D0%BA%D0%B8%20%C2%AB%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D1%82%D0%B8%D0%BF%2C%20%D1%84%D1%96%D1%80%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9%20%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D0%BA, %D0%BF%D0%B5%D0%B2%D0%BD%D1%96%20%D1%81%D0%BF%D0%BE%D0%B3%D0%B0%D0%B4%D0%B8%2C%20%D0%B0%D1%8>

17. Osvita.Ua. Рейтинги ВНЗ 2022. URL: <https://osvita.ua/vnz/rating/25715/>
18. ZN.UA. Найкращі університети світу : опубліковано щорічний рейтинг Times Higher Education. URL: <https://zn.ua/ukr/WORLD/najkrashchi-universiteti-svitu-opublikovano-shchorichnij-rejtin-h-times-higher-education.html>
19. Доходність бізнесу. Логотип Гарвард: значення, шрифт, курс і ставка. URL: <https://businessyield.com/uk/brand-stories/harvard-logo/?currency=GBP>
20. Доходність бізнесу. Логотип Стенфорд : значення, шрифт , курси та навчання. URL: <https://businessyield.com/uk/brand-stories/stanford-logo/>
21. Доходність бізнесу. Логотип MIT: значення, шрифт, прийом і курс. URL: <https://businessyield.com/uk/brand-stories/mit-logo/>
22. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». Офіційний сайт. URL: <https://kpi.ua/symbol>
23. Чебанік Василь Якович. \ Вікіпедія. URL: [https://uk.wikiquote.org/wiki/%D0%A7%D0%B5%D0%B1%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D0%92%D0%B0%D1%81%D0%B8%D0%BB%D1%8C_%D0%AF%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87#:~:text=%D0%92%D0%B0%D1%81%D0%B8%CC%81%D0%BB%D1%8C%20%D0%AF%CC%81%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87%20%D0%A7%D0%B5%D0%B1%D0%B0%CC%81%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20\(%D0%BD%D0%B0%D1%80.,%D0%A0%D0%B0%D0%B4%D1%96%20%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B8%2C%20%D0%BB%D0%B0%D0%B2%D1%80%D0%B5%D0%B0%D1%82%20%D](https://uk.wikiquote.org/wiki/%D0%A7%D0%B5%D0%B1%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D0%92%D0%B0%D1%81%D0%B8%D0%BB%D1%8C_%D0%AF%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87#:~:text=%D0%92%D0%B0%D1%81%D0%B8%CC%81%D0%BB%D1%8C%20%D0%AF%CC%81%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87%20%D0%A7%D0%B5%D0%B1%D0%B0%CC%81%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20(%D0%BD%D0%B0%D1%80.,%D0%A0%D0%B0%D0%B4%D1%96%20%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B8%2C%20%D0%BB%D0%B0%D0%B2%D1%80%D0%B5%D0%B0%D1%82%20%D)

[0%A8%D0%B5%D0%B2%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D1%96%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%BE%D1%97%20%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%BC%D1%96%D1%97.](#)

24.Pvsli. Психологія людей, які люблять синій колір. URL:

<https://pvsli.if.ua/psixologiya-lyudi-yaki-lyublyat-sinij-kolir-shho-govorit-pro-lyudinu-jogo-ulyublenij-kolir/>

25.LIKEME. Чому змія є символом медицини та аптек?

<https://www.likeme.pp.ua/chomu-zmii-je-symvolom-medytsyny-ta-aptek/>

26.Про дизайн. Як вибрати колір логотипу: посібник для початківців. URL :

<https://prodesign.in.ua/2016/07/yak-vybraty-kolir-lohotypu-posibnyk-dlya-pochatkiivtsiv/>

27.Жоуар. Смарагдовий колір в одязі: трендові поєднання в 2022 році. URL:

<https://joy-pup.com/ua/fashion-ua/smaragdovij-kolir-v-odjazi/>

28.Gufo.me. Esse quam videri. URL:

[https://gufo.me/dict/latin_phrases/Esse quam videri](https://gufo.me/dict/latin_phrases/Esse_quam_videri)

29.Печатка Північної Кароліни \ Вікіпедія. URL:

https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B5%D1%87%D0%B0%D1%82%D0%BA%D0%B0_%D0%9F%D1%96%D0%B2%D0%BD%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%BE%D1%97_%D0%9A%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%B8

30.Журнал Козаку. Блог з психіатрії та захворювання ЦНС. URL:

<https://www.kozaky.org.ua/blakitnij-kolir-v-psixologi%D1%97-znachennya-shho-simvolizuye-xarakteristika/>

31.Уікенд. Що таке НАУ? URL: <https://project.weekend.today/nau>

32.Порівняльний аналіз веб-сайтів європейських та вітчизняних АЗС. URL:

<https://core.ac.uk/download/pdf/162592928.pdf>

33.Державний торговельно – економічний університет. Офіційний сайт.

URL: <https://knute.edu.ua/>

34.Elit.Blog. Як перевірити швидкість завантаження сайту? URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/proverka-skorosti-zagruzki-sajta>

35.SimilarWeb. Постачальник цифрової інформації для корпоративних клієнтів. URL: <https://www.similarweb.com/website/knute.edu.ua/#overview>

36.Osvita.ua. Рейтинг університетів Великої Британії. URL: https://osvita.ua/abroad/higher_school/england/82368/

37.Mukachevo.net. Більше чверті українських жінок мають вищу освіту. URL: <http://www.mukachevo.net/ua/news/view/38194>

38.Державний торговельно – економічний університет. Офіційний сайт.
URL: <https://knute.edu.ua/>

39.Аналіз сайту Шевченківського університету. URL: <https://www.similarweb.com/website/univ.kiev.ua/#overview>

40.Аналіз сайту Оксфордського університету. URL: <https://www.similarweb.com/website/ox.ac.uk/#overview>

41.Аналіз сайту університету Роял Холлоуей. URL: <https://www.similarweb.com/website/royalholloway.ac.uk/#overview>

42.Цитати Роберта Кійосакі \ Take.Quotes. URL: <https://takequotes.com/ua/author/robertkiyosaki>

43.Поради щодо покращення веб-сайту. \ Google ads довідка. URL: <https://support.google.com/google-ads/answer/7653020?hl=uk>

44.Flash значення \ Вікіпедія. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Flash_\(%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Flash_(%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F))

45.Коко Шанель \ Правила успіху відомих людей URL: <https://economics.segodnya.ua/ua/economics/enews/pravila-uspeha-ot->

izvestnyh-lyudey-koko-shanel-

794959.html#:~:text=%2D%20%D0%A3%20%D0%B2%D0%B0%D1%81%20%D0%BD%D0%B5%20%D0%B1%D1%83%D0%B4%D0%B5%20%D0%B4%D1%80%D1%83%D0%B3%D0%BE%D0%B3%D0%BE,%D1%89%D0%BE%20%D0%B2%D0%B8%20%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%B8%20%D0%BD%D0%B5%20%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%B8%D0%BB%D0%B8

45. TikTok \ Соціальна мережа. URL: <https://www.tiktok.com/uk-UA/>

