

Український державний університет залізничного транспорту

Кафедра маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії

**ВДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ
НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ ЧЕРЕЗ РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ**

Пояснювальна записка і розрахунки
до дипломної роботи

МРЕ.300.01.14.05

Розробила студентка групи 215 –М – Д23

спеціальності 075 «Маркетинг»
(роботу виконано самостійно,
відповідно до принципів академічної
добросесності)
Інна ЗІНЧУК

Керівник: доцент, докт. екон. наук
Алла ДЕРГОУСОВА

Рецензент: доцент, канд. екон. наук

Олена СИВОЛОВСЬКА

Харків – 2025

АНОТАЦІЯ

Актуальність роботи. У сучасних умовах розвитку цифрових технологій соціальні мережі є одним із ключових інструментів комунікаційної політики освітніх закладів. Їх ефективне використання дозволяє залучати нових студентів, підтримувати взаємодію зі стейкхолдерами та підвищувати імідж установи. Харківський автотранспортний фаховий коледж має значний потенціал для вдосконалення своєї присутності у соціальних мережах, що є актуальним у контексті конкурентного середовища в освіті.

Ключові слова: соціальні мережі, комунікаційна політика, маркетинг в освіті, вдосконалення стратегій, Харківський автотранспортний фаховий коледж.

Мета роботи – розробка рекомендацій щодо вдосконалення використання соціальних мереж у комунікаційній політиці Харківського автотранспортного фахового коледжу для підвищення його конкурентоспроможності та ефективності маркетингової діяльності.

Об’єкт дослідження – комунікаційна політика Харківського автотранспортного фахового коледжу, зокрема використання соціальних мереж як інструменту взаємодії з аудиторією.

Структура та обсяг роботи становить: 115 с., 11 рис., 14 табл., 4 додатки, 47 інформаційних джерел.

Розділи кваліфікаційної роботи:

У першому розділі «Маркетингова комунікаційна політика у сфері освіти» розглянуто теоретичні засади маркетингової комунікаційної політики, її роль у сучасній системі освіти. Проаналізовано специфіку використання соціальних мереж як важливого інструменту просування освітніх послуг.

Другий розділ «Аналіз економічної та маркетингової діяльності Харківського автотранспортного фахового коледжу» присвячений аналізу фінансових і маркетингових аспектів діяльності коледжу. Вивчено існуючий

стан комунікаційної політики закладу, оцінено ефективність використання соціальних мереж і визначено основні проблеми.

У третьому розділі «Рекомендації щодо вдосконалення комунікаційної стратегії в соціальних мережах для освітнього закладу» на основі проведеного аналізу запропоновано шляхи вдосконалення стратегії використання соціальних мереж. Розроблено практичні рекомендації, спрямовані на покращення взаємодії зі студентами, підвищення рівня залученості аудиторії та зміцнення бренду коледжу.

Методи дослідження. У роботі використовувалися загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, а саме: метод теоретичного узагальнення і порівняння; метод систематизації; графічний метод; абстрактно-логічний метод; метод причинно-наслідкового зв'язку.

ABSTRACT

Relevance of the work. In the modern conditions of the development of digital technologies, social networks are one of the key tools of the communication policy of educational institutions. Their effective use allows you to attract new students, maintain interaction with stakeholders and improve the image of the institution. Kharkiv Motor Transport Vocational College has significant potential for improving its presence in social networks, which is relevant in the context of the competitive environment in education.

Keywords: social networks, communication policy, marketing in education, improvement of strategies, Kharkiv Motor Transport Vocational College.

The purpose of the work is to develop recommendations for improving the use of social networks in the communication policy of Kharkiv Motor Transport Vocational College to increase its competitiveness and effectiveness of marketing activities.

The object of the study is the communication policy of Kharkiv Motor Transport Vocational College, in particular the use of social networks as a tool for interaction with the audience.

The structure and scope of the work is: 115 p., 11 figures, 14 tables, 4 appendices, 47 information sources.

Sections of the qualification work:

The first section "Marketing communication policy in the field of education" considers the theoretical foundations of marketing communication policy, its role in the modern education system. The specifics of the use of social networks as an important tool for promoting educational services are analyzed.

The second section "Analysis of economic and marketing activities of the Kharkiv Motor Transport Vocational College" is devoted to the analysis of financial and marketing aspects of the college's activities. The current state of the institution's

communication policy is studied, the effectiveness of the use of social networks is assessed and the main problems are identified.

In the third section "Recommendations for improving the communication strategy in social networks for an educational institution" based on the analysis, ways to improve the strategy for using social networks are proposed. Practical recommendations have been developed to improve interaction with students, increase the level of audience involvement, and strengthen the college brand.

Research methods. The work used general scientific and special research methods, namely: the method of theoretical generalization and comparison; the method of systematization; the graphic method; the abstract-logical method; the method of cause-and-effect relationship

ЗМІСТ

ВСТУП	
1. МАРКЕТИНГОВА КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА У СФЕРІ ОСВІТИ.....	4
1.1. Сутність маркетингової комунікаційної політики та її значення для закладів фахової передвищої освіти.....	6
1.2. Використання соціальних мереж у комунікаційній діяльності освітнього закладу.....	13
1.3. Особливості впливу соціальних мереж на цільову аудиторію освітніх послуг.....	20
1.4. Планування маркетингової комунікаційної стратегії в соціальних мережах.....	25
2. АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОЇ ТА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ХАРКІВСЬКОГО АВТОТРАНСПОРТНОГО ФАХОВОГО КОЛЕДЖУ.....	26
2.1. Характеристика освітнього закладу як об'єкт дослідження.....	26
2.2. Аналіз економічних показників освітнього закладу.....	29
2.3. Конкурентний аналіз діяльності Харківського автотранспортного фахового коледжу.....	37
3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ДЛЯ ОСВІТНЬОГО ЗАКЛАДУ.....	38
3.1. Розробка комунікаційних інструментів для підвищення ефективності соціальних мереж в рамках залучення абітурієнтів.....	38
3.2. Аналіз маркетингової діяльності освітніх закладів харківського ринку фахової передвищої освіти.....	45

3.3. Розробка PR-заходів та стратегії діяльності в соціальних мережах для онлайн для Харківського автотранспортного фахового коледжу в рамках підвищення іміджу.....	55
ВИСНОВОК.....	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	59
Додаток А Опитування студентів Харківського автотранспортного фахового коледжу.....	63
Додаток Б Баланс Харківського автотранспортного фахового коледжу.....	73
Додаток В Аналіз конкурентів в Інстаграм та порівняння.....	83
Додаток Г Ілюстративний матеріал до дипломної роботи.....	93

Список використаних джерел

1. Аналіз використання соціальних медіа як засобу комунікації в освіті. URL: <https://academyvision.ua> (Дата звернення: 14.12.2024).
2. Богашко О. Л., Чвертко Л. А.. Перспективи застосування інтернет-маркетингу на підприємствах. – Луцьк: Вежа-Друк, 2018. URL: <https://vezha-druk.ua> (Дата звернення: 20.11.2024).
3. Бондаренко Т. В., Стеценко В. П., Стеценко Н. М., Ткачук Г. В.. Цифрова присутність закладів вищої освіти у соціальних мережах Facebook та Instagram. – Київ: Освіта України, 2021. URL: <https://osvita-ukraine.ua> (Дата звернення: 23.11.2024).
4. Використання Facebook у навчанні: досвід українських вишів. URL: <https://op.ua/news/lifehack/socmerezhi-yak-yih-vikoristovuvati-u-navchalnomu-procesi> (дата звернення: 18.11.2024).
5. Використання Instagram у навчальному процесі. URL: <https://openarchive.nure.ua/bitstreams/c2dbfb8c-e9ea-4a02-84a1-941bfa88000a/download> (дата звернення: 09.11.2024).
6. Використання інструментів соціальних мереж у навчальному процесі. URL: <https://openarchive.ua> (Дата звернення: 20.12.2024).
7. Використання соціальних мереж в освітньому процесі. URL: <https://repository.knmu.edu> (Дата звернення: 16.12.2024).
8. Використання соціальних мереж в освітньому середовищі. URL: <https://eprints.zu.edu.ua> (Дата звернення: 03.12.2024).
9. Використання соціальних мереж у навчанні: перспективи і виклики. URL: <https://vunudspace.ua> (Дата звернення: 11.12.2024).

10. Використання соціальних мереж у професійній діяльності педагогів. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/17435> (дата звернення: 05.11.2024).
11. Відкрита освіта: новітні технології у навчальному процесі та перспективи розвитку. URL: <https://niss.gov.ua> (Дата звернення: 28.11.2024).
12. Вплив соціальних медіа на академічну успішність студентів. URL: <https://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/41830/1/Петренко%20М.В.pdf> (дата звернення: 07.11.2024).
13. Вплив соціальних мереж на освіту. URL: <https://mediagramotnist.org.ua> (Дата звернення: 07.12.2024).
14. Гриценко Т. Б.. Маркетинг у соціальних мережах: стратегії та інструменти. – Одеса: ОНУ, 2018. URL: <https://onu.edu.ua> (Дата звернення: 08.12.2024).
15. Дабровський З., Дурановський В., Гуляєва Л., Олійник А. (ред.). Розвиток сталих комунікацій закладів вищої освіти у соціальних мережах: колективна монографія. – Варшава: Фонд Зофії Заменгоф, 2023. URL: <https://comsus.ua> (Дата звернення: 02.11.2024).
16. Дорошенко С. В.. Управління репутацією освітнього закладу в цифровому середовищі. – Харків: ХНУ, 2019. URL: <https://karazin.ua> (Дата звернення: 11.12.2024).
17. Етика використання соціальних мереж в освіті. URL: https://www.innovpedagogy.od.ua/archives/2019/12/part_1/26.pdf (дата звернення: 17.11.2024).
18. Ефективність використання соціальних мереж у навчальному процесі. URL: <https://repo.dma.dp.ua/6327/> (дата звернення: 08.11.2024).
19. Захарченко О. М.. Інтернет-комунікації в освіті: теорія та практика. – Дніпро: ДНУ, 2020. URL: <https://dnu.edu.ua> (Дата звернення: 14.12.2024).

20. Іващенко В. В.. Сучасні медіакомунікативні технології: навчальний посібник. – Київ: Київський університет імені Бориса Грінченка, 2021. URL: <https://elibgrinchenko.ua> (Дата звернення: 08.11.2024).
21. Інтеграція соціальних медіа в освітній процес. URL: <https://infotech-soccult.knukim.edu.ua/article/view/306999> (дата звернення: 10.11.2024).
22. Ковальчук І. П.. Соціальні медіа в освітньому процесі: методичні рекомендації. – Львів: ЛНУ, 2017. URL: <https://lnu.edu.ua> (Дата звернення: 17.12.2024).
23. Колдун Є. Г.. Комунікаційна політика закладу вищої освіти: монографія. – Дніпро: ДДАЕУ, 2019. URL: <https://dsau.dspace.ua> (Дата звернення: 17.11.2024).
24. Комунікаційна політика закладів вищої освіти України. URL: <https://prostir.ua> (Дата звернення: 01.11.2024).
25. Комунікаційна природа освіти. URL: <https://socsciences.ua> (Дата звернення: 10.11.2024).
26. Комунікаційна складова освітньої політики: рівень недостатній. URL: <https://osvita.ua> (Дата звернення: 05.11.2024).
27. Комунікаційна стратегія МОН 2017-2020. URL: <https://mon.gov.ua> (Дата звернення: 12.11.2024).
28. Кузьміна С. Л. (ред.). Соціальні комунікації: теорія і практика сучасної журналістики. – Львів: Ліга-Прес, 2020. URL: <https://liga-press.ua> (Дата звернення: 11.11.2024).
29. Лесто К.. Соціальні мережі: структура та функції. – Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2019. URL: <https://karazin.ua> (Дата звернення: 26.11.2024).
30. Литвиненко А. С.. Економіка соціальних медіа: навчальний посібник. – Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2022. URL: <https://dspace.wunu.edu.ua> (Дата звернення: 02.12.2024).
31. Мельник О. В.. Цифровий маркетинг для освітніх установ. – Київ: КНЕУ, 2021. URL: <https://kneu.edu.ua> (Дата звернення: 20.12.2024).

32. Огляд шляхів використання соціальних мереж у навчальному процесі. URL: <https://core.ac.uk> (Дата звернення: 06.11.2024).
33. Особливості використання соціальних мереж у процесі навчання. URL: <https://journal.iitta.gov.ua> (Дата звернення: 23.11.2024).
34. Пенчук І. Л. (ред.). Соціальні комунікації: інструменти, технологія і методи. – Київ: Класичний приватний університет, 2022. URL: <https://liga-press.ua> (Дата звернення: 05.11.2024).
35. Перспективи використання соціальних медіа в українській освіті. URL: <https://repo.knmu.edu.ua/bitstreams/23059601-4694-4a39-b3a5-7475dd275bcb/download> (дата звернення: 11.11.2024).
36. Петренко М. В.. Використання соціальних мереж у навчанні: перспективи і виклики. – Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2020. URL: <https://dspace.wunu.edu.ua> (Дата звернення: 14.11.2024).
37. Рейнгольд Г.. Віртуальні співтовариства: соціальні об'єднання в кіберпросторі. – Львів: Літопис, 2017. URL: <https://litopys.ua> (Дата звернення: 29.11.2024).
38. Розвиток комунікаційного простору закладу освіти. URL: <https://academyvision.ua> (Дата звернення: 08.11.2024).
39. Розробка комунікаційної стратегії для освітніх закладів у соціальних мережах. URL: https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/1_2021/part_3/47.pdf (дата звернення: 14.11.2024).
40. Роль соціальних медіа в сучасній освіті. URL: <https://osvitanova.com.ua/posts/3295-yak-intehruvaty-sotsialni-merezhi-u-navchalnyi-protse> (дата звернення: 12.11.2024).
41. Соколова І. В.. Соціальні мережі як інструмент промоційної роботи видавництва. – Київ: КНУКіМ, 2021. URL: <https://ukrinfospace.ua> (Дата звернення: 05.12.2024).

42. Соціальні мережі як засіб підвищення мотивації студентів. URL: <https://medialiteracy.org.ua/vplyv-sotsialnyh-merezh-na-osvitu/> (дата звернення: 20.11.2024).

43. Соціальні мережі як інструмент для розвитку критичного мислення у студентів. URL: <https://lkr.ndu.edu.ua/index.php/nz/article/view/1062> (дата звернення: 13.11.2024).

44. Соціальні мережі як інструмент просування вищого навчального закладу. URL: <https://ukrinfospace.ua> (Дата звернення: 18.12.2024).

45. Соціальні мережі як платформа для дистанційного навчання. URL: <https://journal.iitta.gov.ua/index.php/itlt/article/view/694/522> (дата звернення: 15.11.2024).

46. Структура та зміст комунікації та комунікаційної діяльності в освітній установі. URL: <https://cyberleninka.ru> (Дата звернення: 19.11.2024).

47. Теорія та практика використання альтернативної комунікації для осіб з особливими освітніми потребами. URL: <https://mon.gov.ua> (Дата звернення: 22.11.2024).