

АКАДЕМІЯ ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНИХ ВІДНОСИН І ТУРИЗМУ

ДЕМОНСТРАЦІЙНИЙ ПРИКЛАД

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ ПРОСУВАННЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Освітня програма: Маркетинг

Здобувач: Демонстраційний запис

Науковий керівник: демонстраційний запис

Київ - 2025

АНОТАЦІЯ ТА ЗМІСТ

Увага. Цей короткий документ створено винятково як приклад оформлення файлу у студентському репозитарії АПСВТ. Він не є кваліфікаційною роботою реального студента, не проходив захист і не може використовуватися як академічне джерело.

АНОТАЦІЯ

У демонстраційному дослідженні розглянуто роль цифрових каналів у просуванні освітніх послуг. Запропоновано модель комунікації, яка поєднує контент-маркетинг, пошукове просування, соціальні мережі та аналітику шляху вступника. Наведені показники є умовними й використані лише для ілюстрації структури кваліфікаційної роботи.

Ключові слова: цифровий маркетинг, освітні послуги, комунікації, аналітика, вступник.

ЗМІСТ

Вступ	3
1. Теоретичні засади цифрового просування	4
2. Приклад аналізу та рекомендацій	5
Висновки та приклад джерел	6

Повна студентська робота зазвичай містить титульний аркуш, завдання, анотацію, зміст, вступ, основні розділи, висновки, список використаних джерел і додатки відповідно до вимог кафедри.

ВСТУП

Цифрові канали стали одним із головних способів першого контакту між закладом освіти та майбутнім вступником. Якість цього контакту залежить не тільки від обсягу реклами, а й від зрозумілості інформації, швидкості відповіді, доступності сайту та послідовності комунікації.

МЕТА ДОСЛІДЖЕННЯ

Сформувати приклад системи цифрового просування освітніх послуг та визначити набір показників для оцінювання її результативності.

ОБ'ЄКТ І ПРЕДМЕТ

- Об'єкт: маркетингові комунікації закладу вищої освіти.
- Предмет: цифрові інструменти залучення, інформування та супроводу потенційних вступників.

ЗАВДАННЯ

- узагальнити роль сайту, пошуку, соціальних мереж і електронних повідомлень;
- описати типовий шлях вступника від першого контакту до подання заяви;
- запропонувати систему вимірювання ефективності каналів;
- сформувати практичні рекомендації для контенту та сервісу.

МЕТОДИ

Для демонстрації використано описовий аналіз, порівняння цифрових каналів, побудову умовної воронки взаємодії та експертне оцінювання. Фактичне дослідження має спиратися на перевірені дані й коректно описану методологію.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЦИФРОВОГО ПРОСУВАННЯ

Освітня послуга має тривалий цикл вибору. Вступник порівнює програми, вартість, викладачів, перспективи працевлаштування та умови навчання. Тому цифрова комунікація має не лише привертати увагу, а й допомагати прийняти поінформоване рішення.

КЛЮЧОВІ КАНАЛИ

Канал	Роль	Приклад показника
Офіційний сайт	Повна й перевірена інформація	Перехід до програми
Пошукові системи	Відповідь на конкретний запит	Органічний трафік
Соціальні мережі	Довіра, історії, діалог	Збереження і звернення
Електронні повідомлення	Персональний супровід	Виконана наступна дія

ПРИНЦИПИ ЯКІСНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

- Достовірність: актуальні дати, ціни, правила та контакти.
- Доступність: зрозуміла мова, мобільна адаптація, контрастний дизайн.
- Послідовність: однакові повідомлення в усіх каналах.
- Етичність: добровільність контакту й захист персональних даних.

ПРИКЛАД АНАЛІЗУ ТА РЕКОМЕНДАЦІЙ

Нижче наведено умовну воронку взаємодії. Числа не є даними Академії; вони показують, як у повній роботі можна представити логіку вимірювання.

Етап	Умовне значення	Що перевірити
Відвідування сторінки програми	10 000	Джерело трафіку та мобільний досвід
Запит на консультацію	620	Зрозумілість форми та швидкість відповіді
Реєстрація на подію	280	Якість нагадувань і програми події
Подання заяви	145	Повнота інформації та супровід

РЕКОМЕНДАЦІЇ

- створити для кожної програми окрему сторінку з результатами навчання, викладачами та відповідями на типові запитання;
- додавати до інформаційних матеріалів одну чітку наступну дію: консультацію, подію або подання заяви;
- використовувати єдині назви програм і однакові актуальні дані в усіх каналах;
- вимірювати не тільки охоплення, а й корисні дії на кожному етапі шляху вступника;
- регулярно перевіряти сторінки на смартфонах і забезпечувати доступність контенту.

У реальній кваліфікаційній роботі рекомендації мають бути пов'язані з результатами аналізу, обґрунтовані джерелами й містити критерії оцінювання очікуваного ефекту.

ВИСНОВКИ

Цифрове просування освітніх послуг доцільно будувати як послідовний сервісний маршрут: від першого інформаційного контакту до отримання відповіді та подання заяви. Окремий канал не забезпечує результату без узгодженого змісту, достовірних даних і зрозумілої наступної дії.

Запропонований демонстраційний підхід поєднує контент, пошукову видимість, комунікацію в соціальних мережах і вимірювання дій користувача. Для практичного застосування необхідно використовувати фактичні дані, дотримуватися правил захисту персональної інформації та перевіряти якість взаємодії на різних пристроях.

ПРИКЛАД ОФОРМЛЕННЯ ДЖЕРЕЛ

1. Kotler P., Keller K. L. Marketing Management. Pearson, 2016.
2. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing. Pearson, 2019.
3. Офіційні методичні рекомендації кафедри щодо підготовки кваліфікаційної роботи.

Цей файл є шаблоном.

Імена, показники, висновки та бібліографічні позиції наведено виключно для демонстрації вигляду документа. Перед публікацією реальної роботи редактор має перевірити згоду автора, повноту метаданих і доступність PDF.

КІНЕЦЬ ДЕМОНСТРАЦІЙНОГО ПРИКЛАДУ