

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра маркетингу

Допущено до захисту  
Завідувач кафедри  
Литовченко І. Л.

\_\_\_\_\_  
(підпис)

“19” грудня 2017 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
**на здобуття освітнього ступеня магістра**  
зі спеціальності \_\_\_\_\_ 8.07075 Маркетинг \_\_\_\_\_  
(шифр та найменування спеціальності)  
за магістерською програмою професійного спрямування  
\_\_\_\_\_ Маркетинговий менеджмент \_\_\_\_\_  
(назва магістерської програми)

на тему: «Інтернет-маркетинг вищого навчального закладу (на прикладі  
Міжнародного конкурсу для студентів та школярів “Реклама-Фест”»

(назва теми)

**Виконавець:**

студент ФМЕ факультету  
Кацан Марія

Юрїївна

\_\_\_\_\_  
/підпис/

**Науковий керівник:**

к.е.н., доцент  
Жарська Ірина Олександрівна

\_\_\_\_\_  
/підпис/

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ</b> .....	6
1.1 Сутність Інтернет-маркетингу.....	6
1.2. Сутність і складові маркетингу освітніх послуг.....	19
1.3. Використання елементів Інтернет-маркетингу вищими навчальними закладами.....	28
<b>РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНОГО КОНКУРСУ ДЛЯ СТУДЕНТІВ ТА ШКОЛЯРІВ “РЕКЛАМА-ФЕСТ”</b> .....,.....	36
2.1 Аналіз маркетингової діяльності кафедри маркетингу ОНЕУ.....	36
2.2. Аналіз інтернет-маркетингової діяльності “Міжнародного конкурсу для школярів та студентів “Реклама-фест”.....	44
<b>РОЗДІЛ 3. ОСНОВНІ НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ МІЖНАРОДНОГО КОНКУРСУ ДЛЯ СТУДЕНТІВ ТА ШКОЛЯРІВ “РЕКЛАМА-ФЕСТ”</b> .....	66
3.1. Планування інтернет-маркетингової діяльності “Міжнародного конкурсу для школярів та студентів “Реклама-фест”.....	66
3.2 Прогнозні тенденції розвитку “Міжнародного конкурсу для школярів та студентів “Реклама-фест” .....	80
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	91
<b>Список використаних джерел</b> .....	94
<b>Додатки</b> .....	99

## ВСТУП

*Актуальність* теми дипломної роботи пов'язана з тим, що маркетинг у навчальних закладах ще на стадії становлення, точніше багато університетів не використовують елементи маркетингу для просування своїх послуг, що може бути пов'язане з обмеженим бюджетом та недостатнім дослідженням цього питання.

Проте інтернет-маркетинг дозволяє просувати свої послуги за мінімальні витрати, відслідковувати кожен запит та швидко оптимізувати рекламну компанію, що може відкрити широкий спектр можливостей для просування освітніх послуг. Інформація щодо інтернет-маркетингу швидко стає неактуальною, через часті нововведення.

Тож постає питання актуалізації даних щодо використання інтернет-маркетингу вищими навчальними закладами.

*Мета роботи.* Дослідження має на меті з'ясувати місце інтернет-маркетингу в освітній діяльності, його складових та використання їх для просування вищого навчального закладу.

Для досягнення мети були поставлені наступні *завдання*:

- Визначити теоретичні засади інтернет-маркетингу.
- Проаналізувати основні напрямки розвитку концепції маркетингу вищих навчальних закладів.
- Виявити як інструменти інтернет-маркетингу можуть використовувати освітні установи.
- Проаналізувати маркетингову та інтернет-маркетингову діяльність кафедри маркетингу Одеського національного економічного університету.
- Проаналізувати інтернет-маркетингову діяльність “Реклама-фест”
- Запровадити шлях удосконалення інтернет-маркетингової діяльності.

*Об'єктом дослідження* маркетингова діяльність кафедри маркетингу Одеського національного економічного університету.

*Предметом дослідження* виступає інтернет-маркетингова діяльність вищих навчальних закладів.

**Наукова новизна:** в процесі проведення дослідження, очікується отримати такі практичні результати: запропонувати власні рішення щодо використання елементів інтернет-маркетингу вищими навчальними закладами.

### ***Методи дослідження.***

Методологічну основу дипломної роботи складають фундаментальні положення сучасної теорії інтернет-маркетингу і основних його концепцій, а також наукові роботи вітчизняних і зарубіжних вчених про проблему ефективного впровадження інтернет-маркетингу на підприємстві.

Для написання дипломної роботи використовувались такі наукові методи: системний аналіз, групування, метод порівняльних характеристик, графічний методи, економіко-математичне моделювання, прогнозування, тощо.

Для наочного уявлення і зручного використання даних методів в дипломній роботі використовуються такі програми як: Microsoft Excel, Microsoft Office Word, Draw.io.

При підготовці наукової роботи були залучені статистичні дані з сайту кафедри маркетингу, статистичні дані з публічних сторінок в Facebook та Instagram, та організаційна інформація за минулі роки.

### ***Інформаційна база дослідження.***

Вивченням проблем, пов'язаних з інтернет-маркетингом, займаються багато вчених, зокрема Холмогоров В., Петрик Е., Успенський І., Котлер Ф., Литовченко І., Павленко А., Плєскач В., Вірін Ф., та інші.

Теоретичною основою дослідження маркетингу освітніх послуг є велика кількість монографій вітчизняних і зарубіжних авторів, з можна виділити Телетову С., Телетова О., Савченко В., Оболенська Т., Мозгова Г., Біла С.

Не було проведено комплексних досліджень, які б торкалися впливу інтернет-маркетингу на ринок освітніх послуг. Стан наукового розроблення теорії педагогічного маркетингу не відповідає практичним потребам ринку.

Як джерела про об'єкт дослідження, були взяті матеріали з Google Analytics сайту кафедри маркетингу, статистика публічної сторінки “Реклама-фест” в Facebook та Instagram, статистика форми заявки з Tipeform.

**Обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (43 найменувань) та 1-го додатку. Загальний обсяг роботи становить 97 сторінок. Основний зміст викладено на 90 сторінках. Робота містить 14 таблиць, 28 рисунків.

**Ключові слова:** інтернет-маркетинг освітніх послуг, комунікації в системі освіти, інтернет-маркетингова діяльність ВНЗ, рекламна кампанія освітніх послуг.

## ВИСНОВКИ

Інтернет-маркетинг став важливою частиною ведення бізнесу, через свою низку переваг, а саме: низку вартість витрати, можливість відслідковування кожної заявки чи покупки, широкий вибір інструментів просування, швидку корегировку рекламної кампанії в будь-який час, чи навіть налаштувати на автоматичну зміну налаштувань рекламної кампанії під певні параметри. Проте окрім переваг інтернет-маркетингу має низку недоліків: швидкість зміни інформації – те що було актуально в минулому місяці, не факт, що спрацює в цьому. Google, Facebook, Insagram та інші великі корпорації часто змінюють налаштування ранжувань, що приводить до різкої зміни в контент-плані. Раніше просунути сайт в Google можливо було лише завдяки лінбіндингу, а точніше за покупку посилань. Проте зараз, через машинне навчання, в ранжуванні набагато важливіша поведінка відвідувачів на сайті, а ніж посилання та title з description. Тож для використання інтернет-маркетингу постійно розвиватися в цьому напрямку, що доволі складно, тому багато спеціалістів обирають лише один напрям, для вдосконалення знань саме в цій галузі.

1) Маркетинг вищих навчальних закладів знаходиться в доволі важкій ситуації: освітні послуги доволі специфічний товар, що потребує особливої методики просування. Багато ВУЗів нехтують просуванням через інтернет через нехватку знань чи спеціалістів з цієї теми. Це велика діра в маркетингу ВНЗ яку можна використати.

2) Одними з перших зрозуміли це зрозуміла кафедра маркетингу Одеського національного економічного університету. На даний момент кафедра активно займається розвитком своїм сайтом, що дає свої певні плоди – за перші півроку роботи сайту його відвідали близько 5000 разів і найбільша активність спала на травень 2017 року – вступна кампанія. Проте серед інструментів інтернет-маркетингу, кафедра використовує лише один елемент, що зменшує ефект. Тож в майбутньому слід розвивати і інші напрями.

3) Одним з елементів комунікативної політики кафедри маркетингу – є PR-захід Міжнародний конкурс для школярів та студентів “Реклама-фест”. В 2017 році організовувався третій фестиваль. До цього не було вироблено певної стратегії інтернет-маркетингу. Під час просунення фестивалю через Інтернет були відкинуті такі елементи інтернет-маркетингу як контекстна реклама в Google Adwords та банерна реклама, а фокус був спрямований на соціальні мережі, таргетовану рекламу в соціальних мережах, створення власного сайту фестивалю, розміщення інформації на ресурсах з тематикою щодо можливостей для молоді.

4) При організації інтернет маркетингової діяльності було зроблені помилки, а саме не встановлення кода Google Analytics на сайт та на форму подачі заявки, що призвело до того, що не можливо точно з’ясувати звідки прийшла заявка. Також однією з суттєвих помилок було ручне відправлення усіх електронних листів.

5) Серед цих інструментів найкраще себе показали: соціальні мережі, а точніше Facebook та розміщення інформації на ресурсах з тематикою щодо можливостей для молоді. Саме з цих інструментів було відслідковано найбільшу кількість заявок.

б) Проаналізувавши інтернет-маркетингову діяльність “Рекалам-фест” було розроблена низка пропозицій, щодо удосконалення її для наступного фестивалю, а саме:

– Створення відділу інтернет-маркетингу на фестивалі, де будуть чітко розподілені посади за кожним елементом інтернет-маркетингу.

– Удосконалення вже створеного веб-сайту, а саме: встановлення коду Google Analytics, оптимізація сайту для комп’ютерів та мобільних пристроїв під вимоги Google для більш зручного використання та швидкого завантаження, встановлення форми подачі заявки на участь на сайт, зміна дизайну.

– Розроблен план, щодо використання соціальних мереж, а також аналіз цільових аудиторій для проведення рекламної кампанії. Було запропоновано та

підібрані нові аудиторії: ремаркетинг з пікселю, тобто ті хто вже заходив на сайт, та аудиторія батьків.

– Для Instagram слід використати окремий спосіб просування – масслакінг та массфоловінг, масові підписки та вподобання постів по спеціальним параметрам. В цьому випадку – по геолокації. Також для Instagram слід продумати конкурси із розіграшом призів.

– Впровадження сервісу з розсилки електронних листів для автоматизації та отримання статистики відкривання листів, кліків, тощо.

– Щоб не допустити минулорічних помилок зі спілкуванням з інтернет-виданнями та публічними сторінками в Facebook, була розроблена стратегія, а саме кому писати, що писати, та за який час до дедлайну слід писати. Також були підбрані ресурси з цільовою аудиторією та публічні сторінки в Facebook.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Інтернет-маркетинг Поняття інтернет-маркетингу [Електронний ресурс] // Реферати українською. – 2011. – Режим доступу: [http://ua-referat.com/Інтернет-маркетинг\\_Поняття\\_інтернет-маркетингу](http://ua-referat.com/Інтернет-маркетинг_Поняття_інтернет-маркетингу)
2. Холмогоров В. Інтернет-маркетинг: Короткий курс. / В. Холмогоров. – СПб. : Пітер. – 2002. – С. 17
3. Петрик Е. А. Інтернет-маркетинг. / Е. А. Петрик. – М. : Московська фінансово-промислова академія. – 2004. – С. 7.
4. Успенський І. В. Інтернет-маркетинг. / І. В. Успенський. – СПб. : Вид-во СПГУЕіФ. – 2003. – С. 71.
5. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Експрес-курс. 2-е вид. : Пер. з англ. під ред. С. Г. Божук. – СПб. : Пітер, 2006. – С. 123.
6. Інтернет-маркетинг : навчальний посібник для вузів / Ірина Львівна Литовченко . – Київ : ЦУЛ, 2011 . – 331 с. - Бібліогр.: С. 324-331 (100 назв) . С. 34-35
7. Павленко А. Ф. Маркетинг: Підручник. / А. Ф. Павленко, А. В. Войчак. – К. : КНЕУ, 2003. – 246 с.
8. Петрик Е.А. Інтернет – маркетинг. / Е. А. Петрик. – М. : Московська фінансово-промислова академія. – 2004. – С. 67-68.
9. Пилюченко К. Кросс-маркетинг: Как провести совместную рекламную кампанию и потратить в два раза меньше обычного [Електронний ресурс] / К. Пилюченко. // Сайт о рекламе и продвижении propel.ru. – 2009. – Режим доступу: <http://propel.ru/pub/Kross-marketing.php>
10. Плєскач В. Л. Технології електронного бізнесу. / В. Л. Плєскач. – К. : КНЕУ. – 2004. – С. 170.
11. Мятин Е. Подкастинг — синтез інтернет и радио [Електронний ресурс] / Е. Мятин // iXBT.com інформаційно-аналітичний сайт с новостями из сфери ІТ. – 2006 – Режим доступу: <https://www.ixbt.com/td/podcasting.shtml>

12. Вирин Ф. Интернет-маркетинг: полный обзор практических инструментов. / Ф. Вирин. – М. : Эксмо. – 2010.

13. Мозгова Г. В. Інструменти інтернет-маркетингу та їх переваги для сучасних українських підприємств [Електронний ресурс] / Г. В. Мозгова // Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка". – 2013. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2429>

14. Маркетинг освітніх послуг. Підготовка та працевлаштування випускників навчальних закладів. [Електронний ресурс] // Навчальні матеріали онлайн. – 2016. – Режим доступу: [http://pidruchniki.com/82044/menedzhment/marketing\\_osvitnih\\_poslug\\_pidgotovka\\_pratsevlashtuvannya\\_vipusknikiv\\_navchalnih\\_zakladiv](http://pidruchniki.com/82044/menedzhment/marketing_osvitnih_poslug_pidgotovka_pratsevlashtuvannya_vipusknikiv_navchalnih_zakladiv)

15. Телетова С.Г. Педагогічний маркетинг у діяльності навчальних закладів [Електронний ресурс] / С. Г. Телетова, О. С. Телетов. – 2011 – Режим доступу: [http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011\\_3\\_2\\_117\\_124.pdf](http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_3_2_117_124.pdf)

16. Оболенська Т.Є. Наукові засади формування конкурентного ринку освітніх послуг для функціонування ринку праці / Т.Є. Оболенська // Теорія і практика маркетингу в Україні : монографія ; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф., акад. АПН України А.Ф. Павленка. – К. : КНЕУ, 2005. – 584 с

17. Телетова С.Г. Педагогічний маркетинг у діяльності навчальних закладів / С. Г. Телетова, О. С. Телетов // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 3. – Т. 2. – С. 118–124.

18. Партизанський маркетинг [Електронний ресурс] // Рекламна агенція Western Media Solutions. – 2015. – Режим доступу: <https://wemes.com.ua/services/partizanskiy-marketing/>

19. Кафедра маркетингу [Електронний ресурс] // Одеський національний економічний університет. – 2017. – Режим доступу: <http://oneu.edu.ua/pages/cath/marketing/>

20. Цены и контакты [Електронний ресурс] // Одесская государственная академия строительства и архитектуры. – 2017. – Режим доступу: [http://www.ogasa.org.ua/int\\_price.html](http://www.ogasa.org.ua/int_price.html)

21. Стоимость подготовки бакалавра [Электронный ресурс] // Одесский национальный политехнический университет. – 2017. – Режим доступа: <http://ac.opu.ua/ru/stoimost-podgotovki-bakalavra>

22. Стоимость 2017 [Электронный ресурс] // Одесская национальная академия пищевых технологий. – 2017. – Режим доступа: [http://pk.onaft.edu.ua/\\_price.html](http://pk.onaft.edu.ua/_price.html)

23. Кафедра маркетинга одесского национального экономического университета. [Электронный ресурс] // Одесский национальный экономический университет. – 2017. – Режим доступа: <http://marketing-oneu.org.ua/>

24. Реклама-Фест. [Электронный ресурс] // Спільнота у Facebook.com. – 2017. – Режим доступа: <https://www.facebook.com/reklamafest15/>

25. Статистика Реклама-фест [Электронный ресурс] // Спільнота у Facebook.com. – 2017. – Режим доступа: [https://www.facebook.com/reklamafest15/insights/?referrer=page\\_insights\\_tab\\_button](https://www.facebook.com/reklamafest15/insights/?referrer=page_insights_tab_button)

26. Рекламні акаунти [Электронный ресурс] // Реклама на Facebook.com. – 2017. – Режим доступа: <https://www.facebook.com/ads/manager/accounts/?act=221879701348894>

27. reklamafest. РЕКЛАМА-ФЕСТ Международный фестиваль рекламы для школьников и студентов. [Электронный ресурс] // Instagram. – 2017. – Режим доступа: <https://www.instagram.com/reklamafest/>

28. Реклама-фест международный конкурс для студентов и школьников. [Электронный ресурс] // Кафедра маркетинга ОНЭУ. – 2017. – Режим доступа: <http://reklamafest.com.ua/>

29. PageSpeed Insights [Электронный ресурс] // Google developers. – 2017. – Режим доступа: <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?hl=ru>

30. Регистрация на Реклама-фест 2017. [Электронный ресурс] // Typeform. – 2017. – Режим доступа: <https://reklamafest.typeform.com/to/F1bmB9>

31. Веб-аналитика корпоративного уровня. [Электронный ресурс] // Google Analytics. – 2017. – Режим доступа: <https://www.google.com/analytics/>

32. Реклама-фест. [Электронный ресурс] // Велика Ідея. – 2017. – Режим доступу: <https://biggggidea.com/opportunities/reklama-fest/>
33. Алексеенко С. Реклама-Фест 2017: маленький шаг на пути к большой цели. [Электронный ресурс] / С. Алексеенко // Odessa.Pub – СМІ для Одессы. – 2017. – Режим доступу: <http://odessa.pub/reklama-fest-2017-malen-kiy-shag-na-puti-k-bol-shoy-tseli/>
34. Стартовал международный конкурс для студентов и школьников «Реклама-фест» при кафедре маркетинга ОНЭУ. [Электронный ресурс] // Международная ассоциация маркетинговых инициатив. – 2017. – Режим доступу: <http://mami.org.ua/news/education/Startoval-mezhdunarodnij-konkurs-dlja-studentov-i-shkolnikov-REKLAMA-FEST-pri-kafedre-marketinga-ONJEU>
35. Автоматизация маркетинга. [Электронный ресурс] // Рассылка e-mail, СМС и веб-пуш сообщений. – 2017. – Режим доступу: <https://sendpulse.com/ru>
36. Новые клиенты каждый день при помощи INSTA.tools. [Электронный ресурс] // Система контроля и продвижения бизнеса при помощи Instagram. – 2016. – Режим доступу: <https://insta.tools/>
37. Студвей – все про студенство. [Электронный ресурс] // «Студвей» – онлайн-видання. – 2017. – Режим доступу: <http://studway.com.ua>
38. Спецпроекты: #creacity. [Электронный ресурс] // ForshMag - полезный городской интернет-журнал. – 2017. – Режим доступу: <https://forshmag.me/>
39. Територія. [Электронный ресурс] // Громадська організація. – 2017. – Режим доступу: <http://terytoriya.com.ua>
40. Возможности для молоді. [Электронный ресурс] // Суспільство Facebook.com. – 2017. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/molod2014/>
41. Opportunities for Ukrainian youth. Возможности для молоді. [Электронный ресурс] // Суспільство Facebook.com. – 2017. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/OpportunitiesForUkrainians>
42. Стипендії, гранти, можливості для молоді [Электронный ресурс] // Суспільство Facebook.com. – 2017. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/uagrant/>

43. Можливості для молоді [Електронний ресурс] // Суспільство  
Facebook.com. – 2017. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/mozhlyvosti/>