

АНОТАЦІЯ

Панаєт О.В. «Аналіз конкурентоспроможності ЗВО на ринку освітніх послуг України (на прикладі Одеського національного економічного університету)»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 075 «Маркетинг» за освітньою програмою Маркетинг та маркетинг та міжнародна логістика.

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2025.

У кваліфікаційній роботі досліджено теоретичні та прикладні аспекти формування маркетингової стратегії ЗВО з використанням інструментів пошукової оптимізації. Об'єктом дослідження виступає Державний університет «Одеський національний економічний університет», предметом – стратегія цифрового просування як засіб підвищення конкурентоспроможності. У роботі проаналізовано роль технічної та зовнішньої SEO-оптимізації в сучасному цифровому середовищі, а також їх вплив на показники трафіку, видимості та залучення вступників. Проведено оцінку поточного стану SEO-профілю офіційного сайту ОНЕУ, здійснено порівняльний аналіз з конкурентними ЗВО регіону, обґрунтовано економічну доцільність залучення спеціалістів з SEO та формування бюджету на лінкбілдинг. На основі прогнозних розрахунків визначено можливий приріст вступників та прибутку університету за умов впровадження запропонованих заходів. Запропоновано комплекс заходів для покращення цифрової присутності ЗВО, що ґрунтуються на сучасних тенденціях у сфері інтернет-маркетингу та поведінці цільової аудиторії.

Ключові слова: SEO, маркетингова стратегія, університет, конкурентоспроможність, цифрове просування, лінкбілдинг.

ANNOTATION

Panaiet O. "Analysis of the competitiveness of higher education institutions in the educational services market (on the example of Odessa National Economic University)"

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in the specialty 075 "Marketing" in the educational program Marketing and international logistics

Odessa National Economic University - Odessa, 2025.

This qualification paper explores theoretical and practical aspects of shaping a marketing strategy for a higher education institution using search engine optimization (SEO) tools. The object of the study is the State University "Odessa National Economic University", while the subject is the digital promotion strategy as a means of enhancing competitiveness. The paper analyzes the role of technical and off-page SEO optimization in the current digital environment and their impact on traffic indicators, online visibility, and student enrollment. An assessment of the current SEO profile of ONEU's official website is conducted, along with a comparative analysis of regional competitors, and the economic feasibility of hiring SEO specialists and allocating a link-building budget is substantiated. Based on forecast calculations, the potential increase in student enrollment and university income resulting from the proposed measures is identified. A set of recommendations is proposed to improve the university's digital presence, based on modern trends in internet marketing and the behavior of target audiences.

Keywords: SEO, marketing strategy, university, competitiveness, digital promotion, link building.