

Облікова картка НДДКР

Державний обліковий номер: 0224U032150

Державний реєстраційний номер: 0123U103908

Відкрита

Дата реєстрації: 30-07-2024



1. Етапи виконання

Номер етапу: 1

Назва етапу: Розроблення методичних положень та практичних рекомендацій з формування маркетингових комунікацій в умовах диджиталізації навчального процесу в онлайн університеті

Початок етапу: 09-2023

Закінчення етапу: 06-2024

Вид звітнього документа: Остаточний звіт

2. Виконавець

Назва організації: Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Код ЄДРПОУ/ІПН: 02071211

Підпорядкованість: Міністерство освіти і науки України

Адреса: проспект Науки, буд. 9-а, м. Харків, Харківський р-н., Харківська обл., 61166, Україна

Телефон: 380577020304

Телефон: 380577020717

E-mail: post@hneu.edu.ua

WWW: <http://www.hneu.edu.ua/>

3. Власник результатів НДДКР (продукції)

Назва організації: Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Код ЄДРПОУ/ІПН: 02071211

Адреса: проспект Науки, буд. 9-а, м. Харків, Харківський р-н., Харківська обл., 61166, Україна

Підпорядкованість: Міністерство освіти і науки України

Телефон: 380577020304

Телефон: 380577020717

E-mail: post@hneu.edu.ua

WWW: <http://www.hneu.edu.ua/>

4. Джерела та напрями фінансування

Підстава для проведення робіт: 43 - власна ініціатива (якщо робота виконується з власної ініціативи за кошти виконавця НДР або безкоштовно)

КПКВК:

Напрямок фінансування: 2.2 - прикладні дослідження і розробки

Джерела фінансування

Джерело фінансування: 7706 - безплатно (договір про науково-технічне співробітництво, тощо)

Фактичний обсяг фінансування за звітний етап: 0.000 тис. грн.

5. Науково-технічна робота

Назва роботи (укр)

Формування маркетингових комунікацій в умовах диджиталізації навчального процесу в онлайн університеті

Назва роботи (англ)

Formation of marketing communications in conditions of digitization of the educational process in an online university

Реферат (укр)

Метою дослідження є удосконалення теоретико-методологічних засад та розробка науково-практичних рекомендацій щодо формування маркетингових комунікацій в умовах диджиталізації навчального процесу в онлайн університеті. Об'єкт дослідження – процес формування маркетингових комунікацій в умовах диджиталізації навчального процесу в онлайн університеті. Предмет дослідження – науково-методичні, практичні підходи та інструменти виявлення новітніх трендів комунікацій закладів освіти в умовах диджиталізації. Розглянуто та обґрунтовано особливості ведення маркетингової діяльності закладів вищої освіти в умовах диджиталізації. Досліджено та обґрунтовано digital-маркетинг як інноваційний інструмент комунікацій закладів освіти. Розглянуто теоретичні засади формування маркетингових комунікацій в умовах диджиталізації навчального процесу в онлайн університеті. Узагальнено інструменти комунікаційного забезпечення навчального процесу в умовах диджиталізації. Проведено аналіз особливостей ІТ-консалтингу в системі освіти. Удосконалено організаційно-методичне забезпечення тренінгової діяльності в системі підготовки здобувачів вищої освіти. Досліджено напрями формування бренду закладів освіти як невід'ємна частин маркетингових комунікацій. Проаналізовано комунікаційний вплив просування приватного закладу освіти в мережі Інтернет. Здійснено аналіз маркетингових комунікацій закладів освіти в Україні в умовах диджиталізації на прикладі ХНЕУ ім.С.Кузнеця.

Реферат (англ)

The purpose of the study is to improve the theoretical and methodological principles and develop scientific and practical recommendations for the formation of marketing communications in the conditions of digitization of the educational process in an online university. The object of the research is the process of forming marketing communications in the conditions of digitization of the educational process in an online university. The subject of the research is scientific-methodical, practical approaches and tools for identifying the latest communication trends of educational institutions in conditions of digitalization. Peculiarities of conducting marketing activities of higher education institutions in conditions of digitalization are considered and substantiated. Digital marketing as an innovative communication tool of educational institutions has been researched and substantiated. The theoretical principles of the formation of marketing communications in the conditions of digitization of the educational process in the online university are considered. The tools of communication support of the educational process in the conditions of digitalization are summarized. An analysis of the features of IT consulting in the education system was carried out. The organizational and methodical provision of training activities in the system of training of higher education applicants has been improved. The directions of brand formation of educational institutions as an integral part of marketing communications were studied. The communication impact of the promotion of a private educational institution on the Internet is analyzed. The analysis of marketing communications of educational institutions in Ukraine in the conditions of digitalization was carried out on the example of S. Kuznets Khneiv University.

Індекс УДК: 339.187; 339.13; 339.146; 658.8

Коди тематичних рубрик НТІ: 06.81.55

6. Науково-технічна продукція (НТП)

НТП 1

Назва продукції (укр): Формування маркетингових комунікацій в умовах диджиталізації навчального процесу в онлайн університеті

Назва продукції (англ): Formation of marketing communications in the conditions of digitalization of the educational process in an online university

Очікувані результати: Методичні документи

Галузь застосування: Заклади освіти

Опис продукції (укр): Науково-дослідна робота кафедри спрямована на удосконалення теоретико-методологічних засад та розробка науково-практичних рекомендацій щодо формування маркетингових комунікацій в умовах диджиталізації навчального процесу в онлайн університеті. Об'єкт дослідження – процес формування маркетингових комунікацій в умовах диджиталізації навчального процесу в онлайн університеті. Предмет дослідження – науково-методичні, практичні підходи та інструменти виявлення новітніх трендів комунікацій закладів освіти в умовах диджиталізації. У НДР кафедри розглянуто та обґрунтовано особливості ведення маркетингової діяльності закладів вищої освіти в умовах диджиталізації. Досліджено та обґрунтовано digital-маркетинг як інноваційний інструмент комунікацій закладів освіти. Розглянуто теоретичні засади формування маркетингових комунікацій в умовах диджиталізації навчального процесу в онлайн університеті. Узагальнено інструменти комунікаційного забезпечення навчального процесу в умовах диджиталізації. Проведено аналіз особливостей IT-консалтингу в системі освіти. Удосконалено організаційно-методичне забезпечення тренінгової діяльності в системі підготовки здобувачів вищої освіти. Досліджено напрями формування бренду закладів освіти як невід'ємна частин маркетингових комунікацій. Проаналізовано комунікаційний вплив просування приватного закладу освіти в мережі Інтернет. Здійснено аналіз маркетингових комунікацій закладів освіти в Україні в умовах диджиталізації на прикладі ХНЕУ ім.С.Кузнеця.

Соціально-економічна спрямованість НТП: Забезпечення промисловості чи населення новим видом інформаційно-комунікаційних послуг

Стадія завершеності НТП: Звіт по НДДКР

Впровадження НТП: Впроваджено

Строки впровадження:

Виробник продукції: ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Споживачі продукції:

Перспективні ринки:

Права інтелектуальної власності: За договорами

Форми та умови передачі продукції: Спільні НДДКР

7. Бібліографічний опис

8. Звітна документація

Кількість сторінок в звіті: 139

Мова звіту: Українська

Кількість файлів у звіті: 1

9. Заключні відомості

Перелік осіб-виконавців

Алдошина Марія Володимирівна (к. е. н., доц.)

Бойко Наталія Олександрівна (к.е.н., доц.)

Гриневич Людмила Володимирівна (д. е. н., професор)

Мірзоев Джавід Ширзад огли (к.е.н.)

Небилиця Олена Анатоліївна (к.е.н., доц.)

Родіонов Сергій Олександрович (к.е.н., доц.)

Ус Марина Ігорівна (к.е.н., доц.)

Холодний Геннадій Олександрович (к. е. н., доц.)

Керівник організації:

Пономаренко Володимир Степанович (д.е.н., професор)

Керівники роботи:

Гриневич Людмила Володимирівна (д. е. н., професор)

Керівник відділу реєстрації наукової діяльності
УкрІНТЕІ



Юрченко Т.А.