

Облікова картка ДіР



I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0222U002845

Державний реєстраційний номер: 0121U114382

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 16-02-2022

II. Етап виконання ДіР

Номер етапу: 1

Назва етапу: Теоретико-методичні аспекти формування стратегій соціального медіа маркетингу на ринку освітніх послуг.

Початок етапу: 10.2021

Закінчення етапу: 11.2021

Вид звітнього документа: Проміжний звіт

III. Відомості про виконавця ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Київський національний торговельно-економічний університет

Код за ЄДРПОУ: 01566117

Місцезнаходження: вул. Кіото, буд. 19, м. Київ, 02156, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380445313173

IV. Відомості про співвиконавців ДіР

V. Відомості про замовника ДіР

Повне найменування юридичної особи (або ПІБ фізичної особи): Товариство з обмеженою відповідальністю "Проектно-будівельне підприємство "Прогрес"

Код за ЄДРПОУ: 31038411

Місцезнаходження: вул. Зоологічна, 4 а, офіс 139, м. Київ, 04119, Україна

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Розмір організації:

Телефон: 380958208316

VI. Джерела, напрями та обсяги фінансування ДіР

Підстава для проведення ДіР: 52 - договір з вітчизняною організацією (органами місцевої ради, фондом, асоціацією, концерном тощо)

Напрямок фінансування: 2.1 - фундаментальні дослідження

Джерела фінансування

7722 - кошти підприємств, установ, організацій України

Фактичний обсяг фінансування (тис. грн.): 20.000

VII. Відомості про ДіР

Назва роботи українською:

Стратегії соціального медіа маркетингу на ринку освітніх послуг

Назва роботи англійською:

Strategies of social media marketing in the market of educational services

Реферат українською:

Актуальність дослідження. Зміни в сучасному інформаційному просторі, обумовлені розвитком технологій, трансформують діяльність суб'єктів господарювання у напрямках створення та поширення медіа-контенту як складової маркетингової стратегії. Стрімка соціалізація інтернету – головний тренд сучасного онлайн-середовища. Кількість соціальних мереж зростає пропорційно кількості їхньої аудиторії. Субєкти економічної діяльності, та зокрема заклади вищої освіти, намагаючись використати можливості цих мультимедійних, інтерактивних платформ та бути якнайближче до цільової аудиторії, створюють свої сторінки у соціальних мережах, поступово інтегруючись з Facebook, Twitter, YouTube, Instagram. Необхідність обґрунтування науково-методичних підходів щодо формування стратегій соціального медіа маркетингу суб'єктів господарювання на ринку освітніх послуг, визначили актуальність і важливість дослідження, формування організаційно-економічного механізму управління, у тому числі: визначення сутності та систематизації підходів до трактування поняття «соціальний медіа маркетинг», дослідження видів соціальних медіа (блоги, мікроблоги, фото та відеосервіси, соціальні вкладки, соціальні новини, підкасти, веб-форуми); дослідження особливостей терміновживання «нові» та «новітні» медіа та сфер їхнього застосування; дослідження сутності таких явищ, як конвергенція, віртуалізація, мультимедіа в процесі створення нових форм управління знаннями та організації знання; аналіз та діагностика ринку освітніх послуг в Україні за період 2010–2020 рр., дослідження тенденцій на ринку щодо використання інтернету та соціальних мереж в Україні та світі; розробка рекомендацій щодо формування стратегічних рішень ЗВО в аспекті соціального медіа маркетингу з урахуванням особливостей соціальних мережеских платформ (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram).

Реферат англійською:

Relevance of research. Changes in the current information space, aware of the development of technologies, transform the activity of the subject in the state of direct creation and expansion of media content as a warehouse marketing strategy. Strimka socialization of the Internet is the main trend of the current online medium. The number of social networks is growing in proportion to the number of their audience. The subjects of economic activity, that foundation, lay the foundation for greater enlightenment, by increasing the power of the possibility of multimedia, interactive platforms to get closer to the target audience, create their own sides in social networks, step by step integrate Twitter, Instagram, Instagram.

Індекс УДК: 339.5:339.138; 339.138, УДК 004.738.5:339.138]:378.4

Коди тематичних рубрик: 72.75.39

Керівники роботи

Власне Прізвище Ім'я По-батькові: Файвішенко Діана Сергіївна

Науковий ступінь: д. е. н.

Вчене звання: доц.

Ідентифікатор ORCID ID:

Додаткова інформація:

VIII. Наукова (науково-технічна) продукція (НТП)

IX. Бібліографічний опис

X. Заключні відомості

Керівник юридичної особи

Мазаракі Анатолій Антонович

д. е. н.

Перелік осіб-виконавців

Головня Юлія Ігорівна

(к.е.н.)

Голік Оксана Василівна

(к.соц.комунік., 27.00.04)

Кияниця Євгенія Олегівна

(к. соц.ком., 27.00.03)

Коноплянникова Маріанна Анатоліївна

(к.е.н.)

Лісун Яніна Вікторівна

(к.е.н., 08.00.04)

Трубей Оксана Миколаївна

(к.е.н., 08.00.04)

Юсупова Ольга Володимирівна

(к.е.н.)

Відповідальний за підготовку

Лосіцька Т. І., к.е.н., с.д.

облікових документів

Телефон

+38 (044) 531-47-59

Реєстратор

**Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є
відповідальним за реєстрацію наукової
діяльності**

