

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА
ШЕВЧЕНКА
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ
Кафедра видавничої справи та редагування

Кваліфікаційна робота

на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти
на тему:

Розроблення та реалізація комунікаційної стратегії для приватного
навчального закладу «Ліцей політики, економіки, права та іноземних мов»

Терміни реалізації проєкту:

початок 1 листопада 2021 р.
закінчення 15 грудня 2022 р.

Виконала

студентка магістратури
денної форми навчання
спеціальності 061 – журналістика
освітньо-професійної програми
«Медіакомунікації в бізнесі»
Наталія КАРАУЛАНОВА

Керівник

доцент Світлана ВОДОЛАЗЬКА

Київ-2022

ЗМІСТ

1. Загальні відомості.....	3
2. Характеристики проекту.....	5
2.1. Ключові слова.....	5
2.2. Реферат проекту.....	5
2.3. Масштаб проекту.....	13
2.4. Спрямованість проекту.....	13
2.5. Ступінь новизни.....	13
3. Організаційний план розробки проекту та організації виробництва.....	14
3.1. Стан виконання робіт за проектом до моменту його схвалення.....	14
3.2. Календарний план виконання робіт за проектом.....	14
3.3. Організація заходів.....	17
4. Очікувана ефективність проекту.....	20
4.1. Економічна ефективність проекту.....	20
4.2. Соціальна ефективність проекту.....	20
4.3. Інші види ефектів.....	20
5. Аналіз потенційних ризиків проекту.....	21
5.1. Основні фактори ризику проекту.....	21
5.2. Управління ризиками.....	22
6. Загальні висновки.....	25
Джерела, на основі яких сформовано проєкт.....	28
Додатки.....	30

1. Загальні відомості

Освіта, освітній простір у сучасному світі зазнають активної трансформації. Вони потребують вибудовування системи комунікаційної активності, яка дозволить сформувати власний бренд, розширити упізнаваність, дозволить мати вільний доступ до інформації усім зацікавленим. Водночас, у галузі постійно загострюється конкуренція, посилюється протистояння між гравцями, яка ускладнюється багатьма факторами. Посилення власних позицій провокує нагальну потребу якісно сформулювати привабливість, інноваційність, унікальність навчального закладу.

Проєкт розробляється з метою забезпечення приватного навчального закладу ефективною комунікацією в онлайн-просторі та побудови бренду школи як сучасного закладу освіти, який готовий до комунікації на різних рівнях.

Сфера діяльності установи — освіта.

Власні спостереження за потенційними конкурентами на ринку надання освітніх послуг засвідчують, що відсутність вибудованого бренду школи, як сучасного закладу з офіційним сайтом, соціальними мережами, поштою та месенджерами, які поєднані між собою, значно ускладнює роботу навчального закладу. Використання різних каналів зв'язку підвищує рівень довіри до підприємства, привертає увагу до закладу, збільшує кількість постійних клієнтів.

Саме ефективно вибудована комунікація в онлайн-просторі дає навчальному закладу безліч можливостей у роботі: оперативне ознайомлення з актуальною інформацією батьків, учнів та вчителів на

різних каналах; якісна презентація послуг; звітність щодо діяльності ліцею і результатів навчання дітей; доступ до всієї необхідної інформації (навчальних матеріалів, деталей послуг та оновлень в навчальному процесі).

2. Характеристики проєкту

2.1. Ключові слова

Комунікація, ліцей, заклад освіти, онлайн простір, освіта, комунікаційне забезпечення.

2.2. Реферат проєкту

Назва проєкту. «Розроблення та реалізація комунікаційної стратегії для приватного закладу освіти «Ліцей політики, економіки, права та іноземних мов»».

Опис проєкту.

Виконання проєкту передбачає створення та запуск онлайн-платформи з використанням сторінок у соціальних мережах, телеграм каналу, офіційної пошти та телеграм боту. Метою її впровадження є забезпечення приватного навчального закладу ефективною комунікацією зі споживачами освітніх послуг (батьками, учнями, вчителями) та привернення уваги нових споживачів освітніх послуг ліцею.

Сайт ліцею: <https://lpepim.com/>

Instagram сторінка ліцею:

https://www.instagram.com/invites/contact/?i=iy3s82u51dj0&utm_content=kr77op6.

Facebook сторінка ліцею: https://m.facebook.com/lpepim.kyiv/?_rdr.

Телеграм-канал ліцею: https://t.me/liceum_kyiv

Перед початком створення нової концепції та вироблення алгоритму її реалізації був проведений аудит комунікаційних платформ, які використовувалися навчальним закладом на первинному етапі. Вивчення та попередня оцінка дозволили стверджувати, що використовується сайт старого зразка, на якому міститься багато застарілої інформації, що змушує відвідувачів ставити під сумнів факт роботи навчального закладу, а також позбавляє їх можливості оперативно отримувати актуальну інформацію. Також виявлено, що були створені та запущені соціальні мережі (Instagram, Facebook), які оновлювалися з хаотичною періодичністю і не мали єдиного оформлення, структури. Така ситуація викликала дискомфорт як у учасників навчального процесу, так і у потенційних споживачів освітніх послуг: брак обміну актуальною інформацією та відсутність єдиного працюючого механізму в онлайн-просторі. Також була відсутня послідовна комунікаційна стратегія та не розроблений алгоритм просування послуг навчального закладу, що унеможлиблювало повернення нових користувачів, розвитку упізнаваності та лояльності клієнтів навчального закладу.

Завдання проєкту: розробити та реалізувати концепцію комунікаційної активності на різних платформах, які будуть мати чітке функціональне навантаження та дозволять комплексно представити навчальний заклад, і допоможуть вибудувати унікальне інформаційне та комунікаційне середовище.

Формування нового способу комунікування допоможе повернути увагу нових клієнтів, які з комфортом зможуть знайти всю необхідну інформацію щодо вступу, вартості, умов навчання та з легкістю побачити життя ліцею у соціальних мережах, отримати консультацію в чаті або швидко зв'язатись з адміністрацією будь-яким зручним способом. Батьки,

учні та вчителі зможуть також задовольнити свої потреби, маючи необхідні матеріали, інформацію та стабільний зв'язок для навчання і комунікації.

Реалізація проєкту передбачає подолання декількох викликів: по-перше, необхідно створити та налагодити функціонування комунікаційних платформ як бізнес-одиниць (створити MVP); по-друге, важливим завданням є залучення аудиторії до взаємодії (створення реально діючого ком'юніті); по-третє, сформувані атрибути для упізнаваності навчального закладу; по-четверте, розробити та апробувати комунікаційну стратегію виведення навчального закладу в конкурентне середовище та сформулювати стратегію та тактику його подальшого просування з метою створення реальної упізнаваності.

Вирішення проблем загальнодержавного, регіонального або галузевого рівня.

Даний проєкт покликаний вирішити проблему, що пов'язана з недостатнім рівнем комунікаційної активності закладів шкільної освіти. Проведені дослідження ринку, а також вивчення ефективності апробованої стратегії та тактик для вибудовування комунікаційної активності.

Основні техніко-економічні показники проєкту.

Проєкт передбачає створення сайту, акаунтів у соціальних мережах (Instagram, Facebook), електронної пошти, телеграм-каналу та боту для комунікації між колективом закладу, батьками, учнями та гіпотетичними споживачами освітніх послуг.

Сайт структурно розподілений на низку розділів. Головна сторінка виконує презентаційно-інформативну функцію і на ній розміщена ключова інформація про заклад; інновації в ліцеї; наші новини (звіт заходів в ліцеї, поради від психолога, інформація про чеський проєкт — дублюється в соціальних мережах); форма зв'язку з адміністрацією; вартість навчання;

знайомство з колективом; найпоширеніші питання. Є також окремі розділи: онлайн школа (детальний опис умов та вартості навчання, перелік пакетів послуг); чеський проєкт (детальний опис умов, терміну та особливостей навчання, можливостей і переваг програми); освітній процес. У кожному розділі також додані контакти для зв'язку з адміністрацією, посилання на соціальні мережі та телеграм бот. Також створено альтернативний сайт на платформі Wix, на який перенесена основна, актуальна інформація навчального закладу.

У соціальних мережах (Instagram: lperim.kyiv, Facebook: @lperim.kyiv) контент оновлюється кожен день за різними рубриками: навчальний контент, інформаційний, розважальний та рекламний. Виставляються заходи за участі учнів та вчителів; презентуються актуальні послуги ліцею, нові набори дітей у класи; оновлюється інформація щодо навчання. Призначення соціальних мереж: презентація послуг ліцею, звітність перед батьками щодо діяльності закладу та навчання дітей, привертання уваги цільової аудиторії до наших послуг.

Як на сайті, так і в соціальних мережах переважає синій та білий кольори бренду, у авторські та рекламні креативи додається логотип задля збільшення довіри та упізнаваності, більшість фото – унікальні та зроблені в ліцеї на заходах та запланованих фотосесіях. Тексти також унікальні, утверджуються директором ліцею. Контент створюється сучасним, корисним та легким, але одночасно з цим демонструє серйозність підходу, якість послуг та високий рівень навчання у закладі.

Ведеться контент-план, у якому зазначається дата публікації, вид (сторіз або пост), рубрикація контенту. Готується контент-план раз на два-три тижні: розробляється план заходів у ліцеї, тексти (написання та перевірка з викладачем української мови), план сторіз.

Наразі кількість аудиторії становить: Instagram – 230 підписників, Facebook – 326 підписників. Аудиторія в соціальних мережах – це діти, батьки, вчителі та люди, які додаються завдяки рекламі, що орієнтована на залучення. Охоплення з просуванням досягало 100 642, без просування – більше 50% підписників активні.

Розміщено дописів: Instagram – 298 публікацій (дописи + reels), сторіз – 226 (за останні 90 днів, дублюються у Facebook). Facebook – 288 (відео + дописи). Сторінки в соціальних мережах оновлюються практично щодня. На тиждень виходить в середньому 2-5 публікацій та 6 днів публікації в сторіз (від 1 до 10/день), на місяць – 11 дописів, 82 сторіз (за листопад). Дописи дублюються на сайті у розділі «Наші новини» (кількість публікацій на сайті за весь час становить 276 дописів). Відвідуваність сайту: користувачів за весь час – 4,56 тисяч, сеансів – 6,17 тисяч, конверсій 299. За місяць відвідуваність досягала 849 сеансів. Канали були створені в кінці грудня 2020 року, офіційно почали діяти з січня 2021 року. Соціальні мережі закривають багато потреб ліцею: комунікація з батьками, учнями та вчителями, комунікація з новими споживачами, просування послуг через таргетовану рекламу, презентація діяльності закладу та послуг.

Телеграм канал (@LICEUM_KYIV) створений для того, щоб батьки учнів мали змогу оперативно отримувати необхідну інформацію щодо навчання дітей від директора ліцею. Наразі у телеграм-каналі 64 підписників та більше 200 публікацій. Контент оновлюється за необхідністю (адміністрація ліцею повідомляє актуальну інформацію про заходи, свята, экзамени, розклад, проводить опитування тощо). Також основна інформація про ліцей оформлена в «Google my business» та додана на освітніх сайтах: «Діти в місті»(<https://kyiv.dityvmisti.ua/litsei-polityky-ekonomiky-prava-ta-inozemnykh-mov/nabir-uchniv-5-11-klasiv-do-litseiu-polityky-ekonomiky-prava-ta-inozemnykh-mov/>) та «Education.ua»

(<https://www.education.ua/schools/kiev/1-per/>) - посилання на сайт, сторінки в соціальних мережах та основна інформація з переліком послуг з метою привернення нових споживачів послуг та підвищення впізнаваності та лояльності до закладу. Також на цих освітніх платформах відбувалося комплексне просування послуги Ліцею.

Education.ua: пакет «Vip Регіональний», брендування та банерну рекламу. Діти в місті: каталог «Приватні школи», «Дистанційна освіта», іміджева стаття «Приватні школи Києва» та пакет «Gold», який передбачає просування на різних майданчиках освітнього сайту. Такий метод просування має позитивні результати, дав можливість сформувати позитивну репутацію та довіру аудиторії, привернути увагу потенційних споживачів.

Також просування послуг Ліцею відбувалося через таргетовану та контекстну рекламу, розсилку повідомлень Київстар (в період набору): трафік на сайт, залучення (просування дописів із заходів), reels та відео в Facebook з метою відправки повідомлень в Messenger та Direct, просування сторінки. Реклама посприяла збільшенню дзвінків, повідомлень, відвідуваності та конверсій на сайті (заповнення форми зв'язку), зростанню підписників. Розсилка збільшила кількість дзвінків.

Новий вид просування, який зараз знаходиться в розробці – ролик на Громадському радіо.

Був також проведений аналіз комунікації конкурентів, як на початку створення проєкту, так і на етапах реалізації. Наприклад, одним з конкурентів є Ліцей бізнесу (сайт: <https://klb.education/>). Заклад має сайт, сторінки в Instagram та Facebook. Ведуть офіційні сторінки в соціальних мережах з 2017 року. Підписників в Instagram - 471, в Facebook - 1,5 тисяч. На місяць дописів виходить в середньому 6.

Зміцнення зв'язків між наукою і виробництвом, створення умов для збереження, розвитку і використання вітчизняного науково-технічного потенціалу.

Стабільна та ефективна комунікація ліцею в онлайн-просторі може стати прикладом впровадження сучасних методів та каналів комунікації для роботи і навчання в інших закладах освіти, сприятиме розвитку медіаграмотності учнів та вчителів в українських школах. Також це дасть поштовх до створення інновацій у галузі освіти.

Організаційні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і/або соціальної сфери.

Залучення до виробництва контенту у приватному навчальному закладі, що покращить комунікацію та розвиток ліцею. Тестування у сучасному підприємстві в галузі освіти дозволило в реальних польових умовах зрозуміти переваги й недоліки проєкту та ймовірні можливості його удосконалення.

Термін реалізації проєкту.

Чотирнадцять місяців – оптимальний термін для розробки та реалізації даного проєкту.

Витрати на реалізацію проєкту і строк його окупності.

Витрати на реалізацію проєкту передбачають виплату зарплати працівнику, який розробляє, адаптує та оформлює усі канали зв'язку: сайт, соціальні мережі, телеграм-канал, телеграм-бот. Також витрати на просування цих каналів. Строк окупності – при правильній роботі та просуванні усіх каналів, за чотирнадцять місяців можна окупити витрати за рахунок залучення нових клієнтів.

Фінансово-економічні показники.

- Проведення наукових досліджень – два місяці, адже проєкт має практичний характер, витрати не передбаченні.

- Проведення науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт – чотири місяці, передбачені витрати на розробку сайту, підготовку контенту (текст, фото- та відео матеріали).

- Просування – чотири місяці, передбачені витрати на рекламу.

Джерела і умови фінансування проєкту.

Проєкт фінансується навчальним закладом ТОВ «Ліцей політики, економіки, права та іноземних мов».

Стислий перелік робіт та необхідні обсяги фінансування.

Таблиця 1. Стислий перелік робіт та необхідні обсяги фінансування.

№ п/п	Найменування робіт	Необхідні обсяги фінансування, тис. грн
1	Проведення дослідження необхідного функціоналу для проєкту.	0
2	Розробка єдиного стилю бренду, інформативного наповнення, підготовка фото-, відеоматеріалів, тексту, аналіз ніші.	4 000
3	Розроблення сайту, соціальних мереж, телеграм-каналу, телеграм-боту.	12 400
4	Просування.	30 000

5	Разом	46 400
---	-------	--------

Оцінка ефективності проєкту.

- Економічний ефект: прогнозований термін окупності проєкту шість місяців.
- Соціальний ефект: створення нового додаткового робочого місця, підвищення іміджу установи на регіональному рівні, позиціонування в суспільстві. Покращення умов праці і взаємодії між працівниками навчального закладу та учнями.

2.3. Масштаб проєкту.

Регіональний. Покращення іміджу установи та упізнаваність, співпраця з іншими навчальними закладами, ЗМІ, розвиток сучасного навчального закладу, конкурентоспроможність.

Міжгалузевий. Приклад якісної та результативної комунікації, який можуть перейняти інші заклади такого типу.

2.4. Спрямованість проєкту.

Створений для вибудовування ефективної комунікації та висвітлення послуг приватного ліцею 5-11 класів; надання оперативної, актуальної інформації батькам, учням та вчителям; побудови бренду школи як сучасного закладу освіти.

2.5. Ступінь новизни.

Цей комунікаційний проєкт має високий ступінь новизни, перевищує рівень вітчизняних аналогів за багатьма показниками; є важливою інноваційною складовою, що дає поштовх для підвищення рівня роботи закладів освіти із зовнішньою та внутрішньою комунікацією.

3. Організаційний план розробки проєкту та організації виробництва

3.1. Стан виконання робіт за проєктом до моменту його схвалення

досліджено та обґрунтовано наукові аспекти	100 %
досліджено та обґрунтовано технічні аспекти	100 %
проведено теоретичні та експериментальні дослідження	100%
розроблено технологію, ескізний і технічний проєкт	100 %
розроблено робочу документацію, створено дослідні зразки	100 %
наявні необхідні права на об'єкти інтелектуальної власності	100%
проведено соціальні дослідження	100%
наявність матеріально-технічної бази	100%
наявність необхідного персоналу	100%
визначено та узгоджено фінансування проєкту	100%
визначено та узгоджено місце виконання проєкту	100%

3.2. Календарний план виконання робіт за проєктом

Таблиця 2. План виконання робіт за проєктом.

№ п/п	Найменування робіт	Виконавець	Термін	Витрати, тис. грн
1	Створення концепції проєкту	Карауланова Н.Б.	Жовтень-листопад 2021	0

2	Проведення дослідження специфіки конкурентного середовища	Карауланова Н.Б.	Листопад – грудень 2021	0
3	Проведення аудиту комунікаційних активностей та платформ комунікації освітнього закладу, дослідження необхідного функціоналу для проєкту	Карауланова Н.Б.	Грудень 2021	0
4	Визначення потреб замовника проєкту	Карауланова Н.Б.	Листопад – грудень 2021	0
5	Побудова комунікаційної стратегія освітнього закладу	Карауланова Н.Б.	Січень 2022	0
6	Розробка єдиного фірмового стилю	Карауланова Н.Б.	Лютий – березень 2022	4 000
7	Розроблення сайту	Карауланова Н.Б.	Березень – квітень 2022	12 400

8	Розроблення соціальних мереж, телеграм-каналу, бота	Карауланова Н.Б.	Березень – квітень 2022	0
9	Створення контент-плану для ведення каналів комунікації	Карауланова Н.Б.	Квітень – травень 2022	0
10	Визначення та формування стратегії просування сайту та соціальних мереж освітнього закладу	Карауланова Н.Б.	Червень – серпень 2022	0
11	Наповнення контентом сайту та соціальних мереж	Карауланова Н.Б.	Січень – грудень 2022	0
12	Проведення онлайн-івенту з представлення освітнього закладу цільовій аудиторії	Карауланова Н.Б.	Жовтень – листопад 2022	0
13	Фіксування та аналіз статистики сайту за допомогою Google Analytics за основними показниками	Карауланова Н.Б.	Січень – грудень 2022	30 000
14	Оцінювання	Карауланова Н.Б.	Жовтень	0

	ефективності просування навчального закладу у соціальних мережах за обраними базовими показниками (кількість підписників, реакцій, переглядів, репостів тощо)		— листопад 2022	
14	Аудит проєкту з метою підведення підсумків. Оцінка реалізації концепції проєкту та стратегій просування	Карауланова Н.Б.	Жовтень — листопад 2022	0
15	Визначення та оцінка ризиків та проблем під час реалізації проєкту	Карауланова Н.Б.	Жовтень — листопад 2022	0

3.3. Організація заходів

Стислий перелік технологічних процесів.

1. Проведення аудиту комунікаційних ресурсів навчального закладу.
2. Виявлення прямих та потенційних конкурентів та визначення специфіки їх комунікаційної активності.
3. Взаємодія з замовниками реалізації проєкту з метою виявлення їх побажань та потреб.

4. Визначення потенційної цільової аудиторії та її потреб, які необхідно задовольнити.
5. Створення концепції проєкту.
6. Проведення дослідження необхідного функціоналу для проєкту.
7. Розроблення концепцій каналів комунікації, визначення їх функціонального навантаження та завдань, які за їх допомогою планується досягнути.
8. Розроблення сайту, соціальних мереж, телеграм-каналу, боту.
9. Визначення місії та цінності проєкту.
10. Розроблення контент-стратегій для сайту та соціальних мереж.
11. Розроблення єдиного стилю та атрибутів бренду навчального закладу.
12. Розроблення дизайну для сайту та соціальних мереж.
13. Створення сайту, на якому буде розміщено дані про навчальний заклад. Основна площадка проєкту – веб-ресурс (lperim.com).
14. Створення прототипів комунікаційних ресурсів та тестування їх функціоналу.
15. Створення інформативного наповнення, підготовка фото-, відеоматеріалів, текстів.
16. Наповнення сайту, соціальних мереж, месенджера якісним, унікальним та цікавим для аудиторії контентом.
17. Просування сайту та соціальних мереж.
18. Розроблення планів та алгоритмів з формування ком'юніті та створення упізнаваності навчального закладу.
19. Апробування можливостей прямого маркетингу та івент-маркетингу онлайн з метою промоції проєкту.

Виконані роботи за проектом було розподілено на чотири великі сегменти: планування, створення продукту, просування, оцінки ефективності.

Опис наявних і необхідних для виробництва устаткування і приміщень. Необхідне спеціальне програмне забезпечення і техніка. Це все має бути у наявності у працівника, який буде вибудовувати комунікацію ліцею в онлайн-просторі.

Першочергово необхідним для створення проекту устаткуванням є: персональний комп'ютер, програмне забезпечення Microsoft Office (Word, Publisher, Excel), графічні редактори (редактор растрової графіки Adobe Photoshop та редактор векторної графіки Adobe Illustrator).

Кількість і кваліфікація виробничого персоналу (детальні відомості щодо прогнозованої потреби в кадрах). Для якісної роботи в установі потрібен один новий працівник, який матиме необхідну кваліфікацію для розробки сайту, соціальних мереж, телеграм-каналу, боту; створюватиме відео- та фотоконтент для ліцею і здатен підтримувати це у довгостроковій перспективі.

4. Очікувана ефективність проєкту

4.1. Економічна ефективність проєкту.

Економічна доцільність реалізації проєкту.

Економічна доцільність реалізації проєкту – у разі правильно налаштованої комунікації можна не лише окупити проєкт, а і заробити на ньому через залучення нових споживачів послуг ліцею (онлайн/офлайн навчання за державною програмою, чеський проєкт).

Термін окупності проєкту – шість місяців.

Прибутковість проєкту – при ефективній роботі та просуванню усіх каналів, за півроку можна окупити витрати за рахунок привернення нових клієнтів.

4.2. Соціальна ефективність проєкту.

Створення нового додаткового робочого місця, підвищення іміджу установи на регіональному рівні, позиціонування в суспільстві. Проєкт стане прикладом для інших закладів, що дасть поштовх у розвитку власної комунікації та сучасному висвітленні послуг.

4.3. Інші види ефектів.

Крім зазначених вище ефектів, цей проєкт спрямований на покращення комунікації між учнями, батьками, працівниками ліцею та новими клієнтами, покликаний побудувати ефективний процес роботи і обміну інформацією між усіма споживачами; допоможе підвищити якість освіти у навчальному закладі.

5. Аналіз потенційних ризиків проєкту

5.1. Основні фактори ризику проєкту.

Найбільшим ризиком є легковажність на підготовчому етапі і недостатнє розуміння конкурентів та специфіки конкурентного середовища, а також запитів та потреб аудиторії, які необхідно задовольнити, що може призвести до хибних завдань та недосягнення ключової мети.

Важливим є і врахування ризиків, що відносяться до загальної соціально-економічної ситуації: політична нестабільність, перспективи економічного розвитку в цілому, фінансова нестабільність, поганий імідж соціального інституту, внутрішні конфлікти тощо.

Ризики з найбільш неочікуваними наслідками є виробничі ризики: підвищення поточних витрат; брак технологічного устаткування; блокування рекламного акаунту або сторінок в соціальних мережах; неефективні методи реалізації проєкту; втрата переваги послуг; зменшення ефективності праці на підприємстві; внутрішні конфлікти та неготовність колективу до нововведень; відсутність кадрів для забезпечення наявних послуг.

Таблиця 3. Карта ризиків проєкту

Ризик	Причина виникнення	Вірогідність	Вплив
		4	5
Збільшення конкуренції	Поява аналогічних проєктів, копіювання конкурентами цікавих прийомів привернення уваги аудиторії	3	4

Низька економічна ефективність	Низький рівень мотивації аудиторії до взаємодії з ресурсами	2	5
Висока вартість кінцевого продукту	Значні витрати на проєкт	2	3
Недостатня кількість користувачів	Через недоліки просування недостатнє охоплення аудиторії	2	4
Людські ресурси	Недостатня кваліфікація задіяного персоналу, виробничі під час роботи над проєктом	2	2
Технологічні проблеми	Проблеми, що пов'язані з доступом до платформ, блокуванням, випадковим видаленням важливих файлів з матеріалами тощо	3	5

5.2. Управління ризиками

Завчасно прописати всі витрати на реалізацію та підтримку проєкту (врахувати можливість непередбачуваних витрат), продумати варіанти зменшення витрат (виділити першочергове); детально продумати та перевіряти дієвість комунікаційної стратегії на всіх етапах реалізації; провести роботу з колективом та учнями ліцею до початку реалізації нової

комунікаційної стратегії; детально проаналізувати конкурентів та особливості ніші.

Таблиця 4. Управління ризиками проєкту

Ризик	Управління ризиком
Неправильно визначені потреби замовника	У процесі створення та подальшої підтримки, активно комунікувати із замовником, звітуватись про виконану роботу та фокусувати увагу на потребах та бажаннях замовника щодо реалізації та підтримки проєкту.
Збільшення конкуренції	Регулярний аналіз конкурентів в ніші проєкту, створення якісної та унікальної послуги за доступною ціною, яка задовольняє усі потреби споживачів.
Низька економічна ефективність	Аналіз запитів аудиторії, тестування нових послуг.
Висока вартість кінцевого продукту	Створення декількох видів послуг, щоб потенційні клієнти мали змогу обирати доступний варіант за вартістю та формою навчання (онлайн, офлайн, екстерн).
Недостатня кількість відвідувачів	Детально розробити комунікаційну стратегію, визначити та застосувати найефективніші методи просування, працювати над якістю комунікації зі споживачами.

Людські ресурси	Ретельно підбирати нові кадри, обговорювати умови та завдання.
Технологічні проблеми	Використовувати хмарні сервіси для зберігання даних, створювати резервні копії файлів, відео та фото матеріалів, доступ до акаунтів має бути у адміністрації та виконавця.

6. Загальні висновки

Система навчальних закладів, на сучасному етапі розвитку, це потужне конкурентне середовище, в якому значущу роль починає відігравати не тільки якісно вибудований навчальний процес і рівень освіти, а й продуманість представлення закладу освіти на ринку. Правильні акценти ідентифікації установи, вагомі меседжі – запорука привернення уваги потенційної аудиторії. Водночас, важливим викликом стає потреба об'єднання не тільки ознайомчої інформації (для виконання функції залучення), а й актуального контенту для учнів. Проєкт досяг поставленої мети і докладені зусилля дозволили розробити індивідуальну комунікаційну стратегію для навчального закладу.

Проведена робота та здійснені вимірювання (аналіз конкуренції, визначення унікальної торгової пропозиції, можливих ризиків, позиціонування на ринку) з метою побудови якісних функціонуючих платформ та використання ефективних методів просування, а також комунікація з замовниками, дали змогу стверджувати, що проєкт є важливим для забезпечення життєдіяльності навчального закладу та доцільним в умовах формування нового освітнього середовища з пріоритетом на відкритість. Розробка та втілення ефективної комунікації дозволяють навчальному закладу (ліцею) отримати багато можливостей для розвитку та покращення роботи, стати упізнаваним, мати онлайн-майданчики з чітким функціональним навантаженням, які сприяють комплексному представленню навчального закладу і допомагають вибудовувати унікальне інформаційне та комунікаційне середовище.

Формування нового способу комунікування допомогло виконати поставлені завдання та привернути увагу нових клієнтів, які з комфортом можуть знайти всю необхідну інформацію щодо вступу, вартості, умов навчання та з легкістю побачити життя ліцею у соціальних мережах, отримати консультацію в чаті або швидко зв'язатись з адміністрацією будь-

яким зручним способом. Батьки, учні та вчителі отримують можливість також задовольнити свої потреби, маючи необхідні матеріали, інформацію та стабільний зв'язок для навчання і комунікації.

Створено контент-стратегію для розвитку комунікаційних каналів ліцею та визначено ефективні інструменти просування: таргетована та контекстна реклами (сприяють збільшенню дзвінків, повідомлень, відвідуваності та конверсій на сайті (заповнення форми зв'язку), зростанню підписників); просування на відомих освітніх платформах (такий метод просування дає можливість формувати позитивну репутацію та довіру аудиторії, привернути увагу потенційних споживачів та зберігати лояльних). Також досягнення конкурентоздатності закладу і формування розуміння кількісного наповнення та видів контенту, що необхідні для задоволення потреб та привернення уваги цільової аудиторії.

Розроблено та ефективно реалізовано контент-план для регулярності та ефективності постингу в соціальних мережах (Instagram, Facebook) та на сайті. Контент-план допомагає економити час, забезпечує чіткість та якість корисних матеріалів для наших підписників та цільової аудиторії в цілому. Створено веб-сайт як основний майданчик, наповнений інформацією щодо всіх пропонованих послуг ліцею (вартість навчання, умови, зв'язок з адміністрацією), а також сформовано розуміння серед замовників, що він є обличчям навчального закладу в Інтернеті. Створено бізнес-сторінки на Instagram та Facebook для комунікації з батьками, вчителями, дітьми, звітності щодо діяльності ліцею, досягненнях та навчанні дітей, презентація нових послуг, налагодження та збереження зв'язку з потенційними клієнтами, збільшення довіри та впізнаваності, просування актуальних пропозицій через таргетована рекламу. Створено телеграм-канал задля того, щоб батьки учнів мали змогу оперативно отримувати необхідну інформацію щодо навчання дітей від директора ліцею. Створено телеграм-

бот як додатковий та швидкий засіб зв'язку з адміністрацією ліцею. Здійснено аналіз щодо розміщення інформації про ліцей на освітніх майданчиках Education.ua та Діти в місті з метою збільшення упізнаваності та лояльності, привернення нових споживачів послуг. Серед щорічно очікуваних результатів, які повинен досягати проєкт: привернення уваги нових клієнтів, які можуть задовольнити свої потреби послугами ліцею; покращення внутрішньої та зовнішньої комунікації закладу; формування позитивного іміджу; можливість стабільності та нових перспектив для проєкту та навчального закладу.

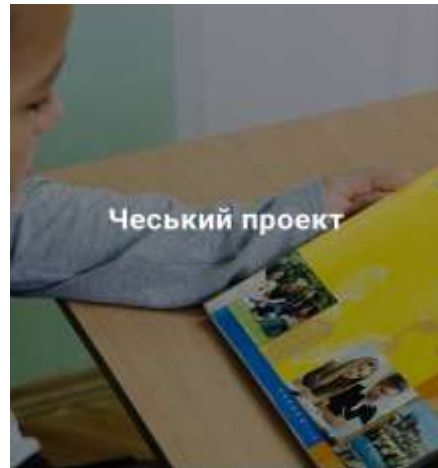
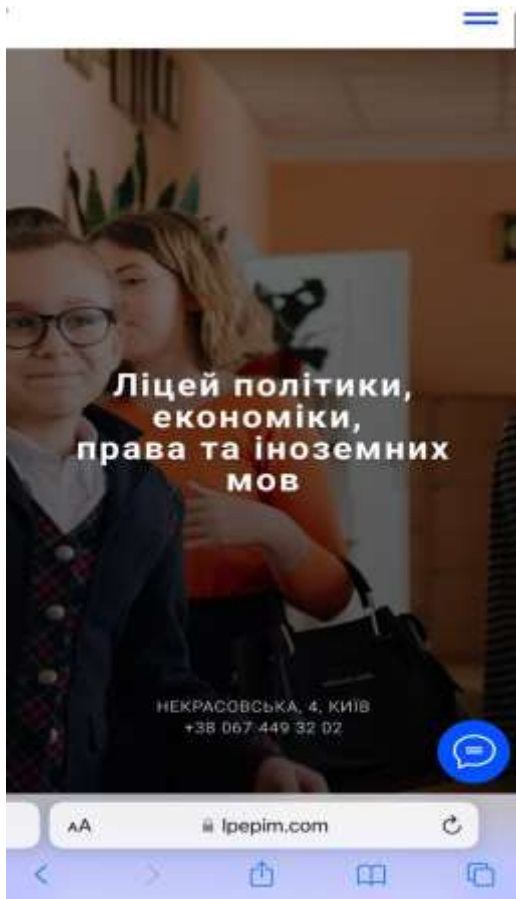
Джерела, на основі яких сформовано проєкт

1. Боднарчук А. Чи потрібні бізнесу соціальні мережі? URL: <http://innovations.com.ua/ua/articles/finance/18150/chi-potribni-biznesu-socialni-merezhi> (дата звернення: 10.04.2021).
2. Виноградова О. Маркетингові технології управління Інтернет-проектами. Київ: ДУТ, 2019. 351 с. URL: http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1706_33529123.pdf (дата звернення: 13.04.2021).
3. Забродська Л. Інформатизація закладу освіти; управлінський аспект. Х.: Видав. група «Основа», 2003. 240 с.
4. Зінчук А. Маркетингові комунікації як фактор успіху навчального закладу на ринку освітніх послуг URL: <http://eprints.zu.edu.ua/17438/1/Зінчук.pdf>
5. Зуєвська І. Критерії ефективності позитивного іміджу школи. // Директор школи. 2006. № 2 (386). С. 10-13.
6. Казачінер О. Формування іміджу навчального закладу // Управління школою. 2007. № 19-21 С. 44-47.
7. Масленніков Є. Роль PR-технологій у формуванні іміджу компанії // Проблеми ринку та розвитку регіонів України в ХХІ столітті : матеріали VII Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції. – Режим доступу: <https://economics.opu.ua/files/science/ipreed/2016/61.pdf>
8. Стратегічний маркетинг для неприбуткових організацій / А. Андреасен, Ф. Котлер. – К.: УАМ, 2013. – 708 с.
9. Санакоєва Н. Д. Планування і реалізація рекламних кампаній у сфері освітніх послуг / Н. Д. Санакоєва, В. О. Кушнір // Молодий вчений. 2014. № 6(09). С. 194-196.

10. Управління інноваційними проєктами: навч. посібник / уклад.: Н.Пойда-Носик, І. Черленяк. Ужгород: Вид-во УжНУ «Говерла», 2017. 360 с.
11. Фісенко Т. Соціальні інтернет-мережі як засіб задоволення інформаційних потреб. *Наукові записки Інституту журналістики*. Т. 41. Жовт.–груд. К., 2010. URL: http://habrahabr.ru/company/SECL_GROUP/blog/22811/ (дата звернення: 20.04.2021).
12. Черновол-Ткаченко Р.І. Роль комунікаційних процесів у забезпеченні ефективного управління навчальним закладом // *Наукові записки кафедри педагогіки* Випуск XXIV 2010 С. 212-220.
13. Швачич Г., Толстой В., Петречук Л., Іващенко Ю., Гуляєва О., Соболенко О. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології: Навчальний посібник. Дніпро: НМетАУ, 2017. 230 с.
14. Языков О. Комунікаційний простір навчального закладу в парадигмі особистісно орієнтованої освіти. URL: http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/6234/1/Paradigma_Kommunikaciya_Yazykov_2017.pdf
15. Churchill Gilbert A. Jr., Peter J. Peter. Marketing. Illinois: Irwin, 1995, pp. 532-626.
16. Dormer P. The Meanings of Modern Design: Towards the Twenty-first Century. London : Thames and Hudson, 1990.
17. Lewis J. Fishing Impossible. Three Fishing Fanatics. Ten Epic Adventures. London: Atlantic Books, 2016. 256 с.
18. Schein E. Organisation Culture and Leadership. San Francisco, 1985. 324

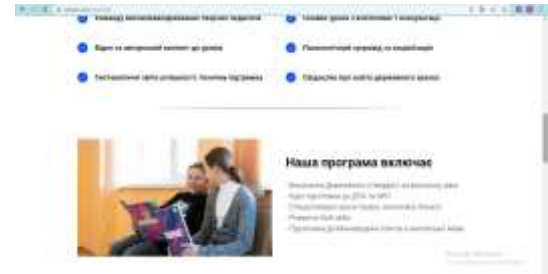
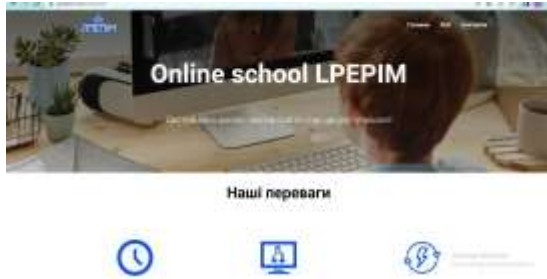
ДОДАТКИ

Додаток 1. Офіційний сайт ліцею



Наша програма підготовки надає можливість стати студентами на один рік раніше! Разом з нами це можливо після закінчення 11 класу, оскільки чеська система курсової підготовки передбачає ще рік навчання після отримання атестату





Ми - сучасний приватний заклад освіти, в якому навчаються талановиті, успішні та щасливі діти! Вже 20 років ми якісно поєднуємо найкращі здобутки української освіти з інноваційними зарубіжними методиками.

Візія - створення безпечного, сучасного, освітнього середовища, школи партнерства, єдиної міцної команди учнів, педагогів і батьків.

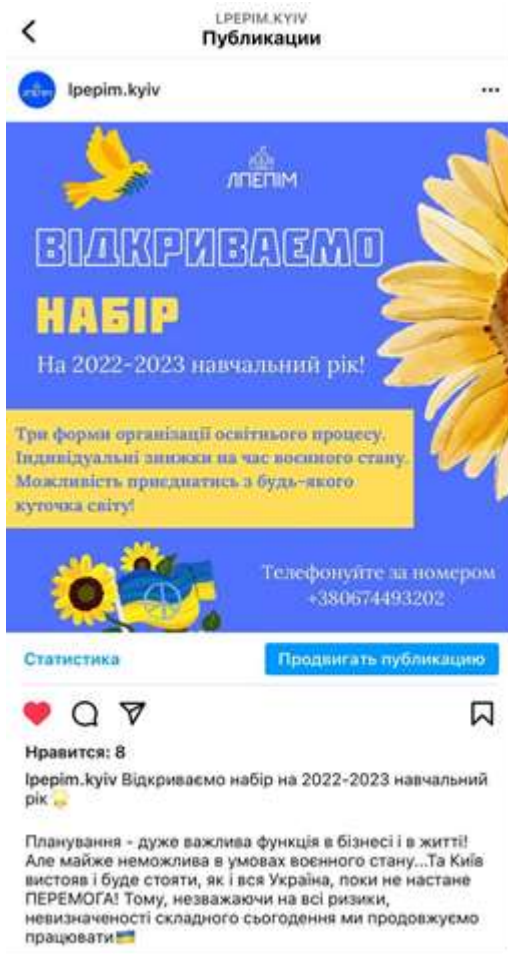
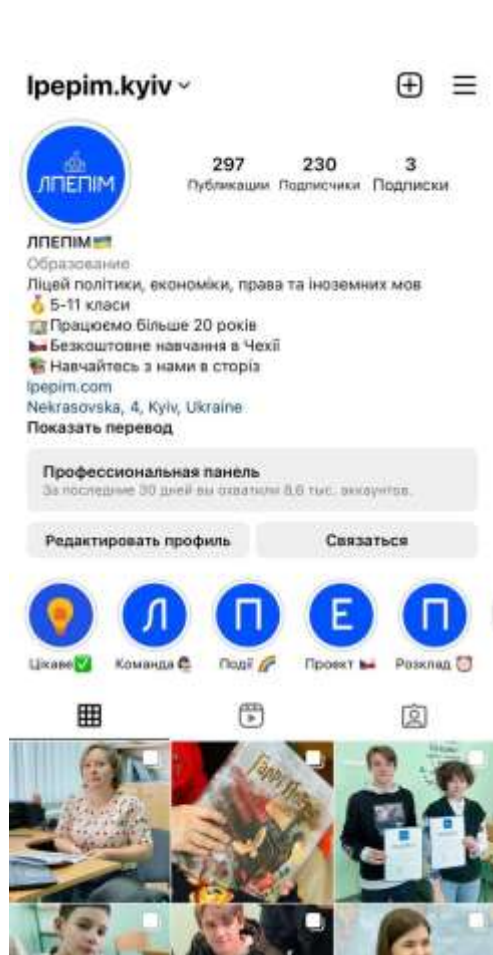


- ✓ Слухайте уважно вчителя і відповідей своїх однокласників, ніби це звичайний урок у школі, де всі бачать, як ви працюєте.
- ✓ Відокремтесь, по можливості, у тихе та спокійне місце.
- ✓ Малювати на екрані без дозволу вчителя заборонено.
- ✓ Гарний та позитивний настрій на уроці обов'язковий. Все залежить від налаштування на урок всіх учасників освітнього процесу.

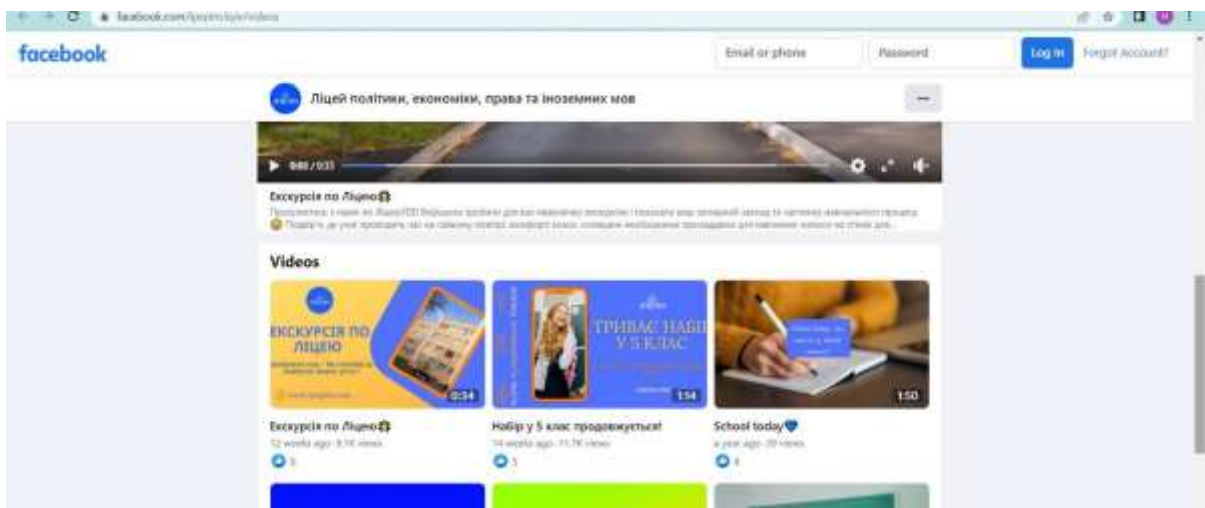
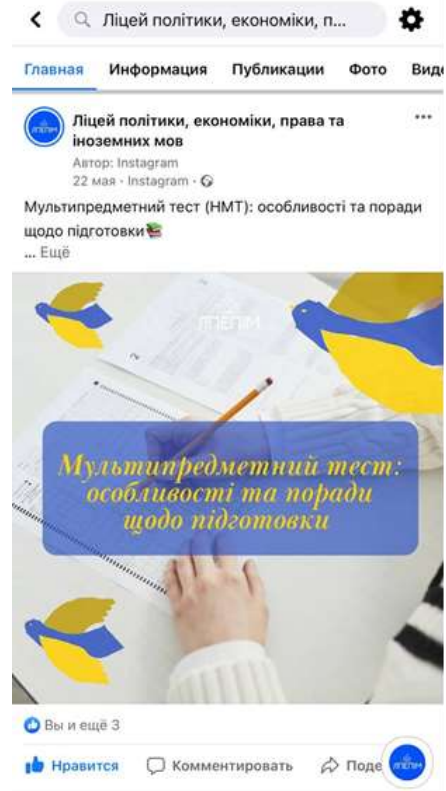
Платформа для навчання



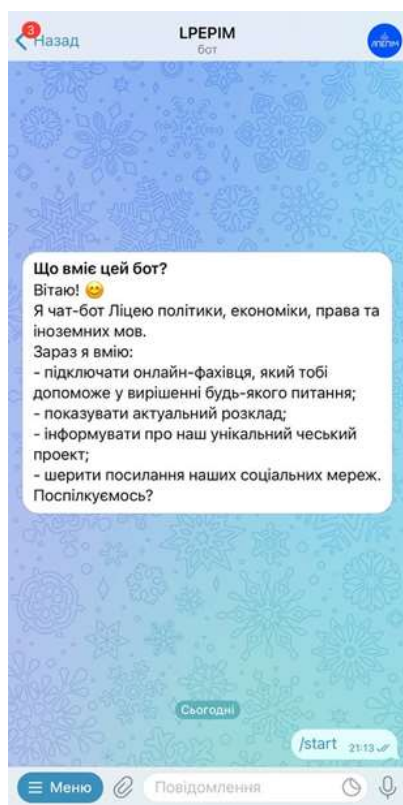
Додаток 2. Instagram



Додаток 3. Facebook



Додаток 4. Телеграм-бот



Додаток 5. Google my business

 **Vanessa Flower**
1 отзыв

★★★★★ 6 месяцев назад

Учила в Лицее чешский язык с пани Радкой и хочу отметить, что были очень классные занятия и действительно эффективные! Сама преподавательница – носитель языка с многолетним опытом преподавания чешского в Киеве. С ней мне было комфортно, понятно, а главное- я дошла до уровня B2 всего за 4 месяца занятий. Советую каждому пойти на "чешский проект", кто хочет иметь качественную подготовку и поступить в Чехию в хороший университет.



Ответ владельца
6 месяцев назад

(Переведено Google) Спасибо за Ваш відгук ❤️

(Оригинал)
Дякуємо за Ваш відгук ❤️

Лицей Политики, Экономики, Права И...
Школа в Киеве

Обзор Отзывы Фото О месте

ВЫЗОВ МАРШРУТ СОХРАНИТЬ САЙТ

вулиця Некрасовська, 4, Київ, 02000

Находится в: Спеціалізована школа №106 з поглибленим вивченням англійської мови

Указать часы работы

068 950 2535

<https://pepim.com>

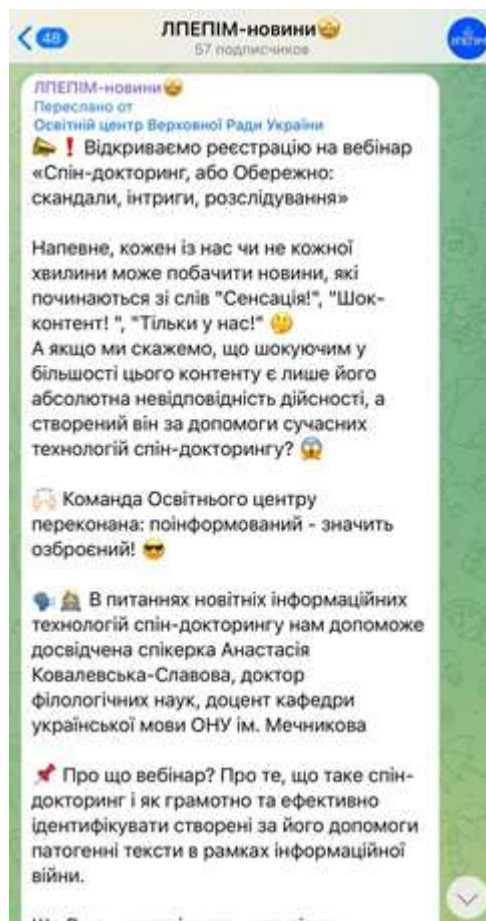
ЛПЕПІМ

Лицей політики, економіки, права та іноземних мов Приватний заклад загальної освіти для дітей 5-11 класів Некрасовська, 4 Київ, ...

Про нас Новини Програми



Додаток 6. Телеграм-канал



Додаток 7. Реклама

ІРЕРІМ.КІЇВ
Публікації

Ірерім.kyiv
Київ

Залишилися останні
4 місця
в 5 класі

Навчайся в сучасному ліцеї

+ (38) 097 177 83 56 • www.lperim.com

Статистика Продвигать публикацию

Нравится: 10

Ірерім.kyiv Ваша дитина – випускник 4 класу? Ви ще не обрали школу, де продовжити навчання?

Поспішайте! У нас залишилося 4 місця у 5 класі!

Чекаємо на Вас у Ліцеї повного дня, що розташований у центрі столиці. Вже 20 років поспіль ми успішно поєднуємо найкращі традиції української освіти з інноваційними методиками!

← Ліцей політики, економіки, п...

Главная Информация Публикации Фото Виде

Ліцей політики, економіки, права та іноземних мов сейчас в Моя країна -Україна.

Автор: Instagram
1 мая · Киев · 🌐

Зовсім скоро... все буде Україна 🇺🇦

А зараз продовжуємо працювати кожен на своє... Ещѐ

Вас и ещё 473 3 comments 74

Нравится Комментировать Поделиться

ІРЕРІМ.КІЇВ
Публікації

Ірерім.kyiv
Київ

Безкоштовна освіта в Чехії
ефективна програма підготовки

Якщо у вас виникли будь-які питання, звертайтеся до нас:

+ (38) 068 950 25 35
www.lperim.com

Статистика Продвигать публикацию

Нравится: 12

Ірерім.kyiv Сучасні батьки починають планувати освіту дитини ще змалечку. Одним з найважливіших етапів отримання освіти є вступ до університету. Тому ми хочемо познайомити вас з нашою чеською програмою та розповісти про унікальну можливість стати студентом європейського вузу!

3 нами ви можете:

← Прошлые объявления

Завершено Продвигать снова

Посещение профиля	14
Сумма затрат	4,21 \$ из 12,00 \$
Аудитория	35-44 Ж,М

Статистика

Завершено Продвигать снова

Посещение профиля	67
Сумма затрат	9,00 \$ из 9,00 \$
Аудитория	оуки вы выбираете в настройках таргетинга

Статистика

Завершено Продвигать снова

Посещение профиля	69
Сумма затрат	6,00 \$ из 6,00 \$
Аудитория	оуки вы выбираете в настройках таргетинга

Статистика

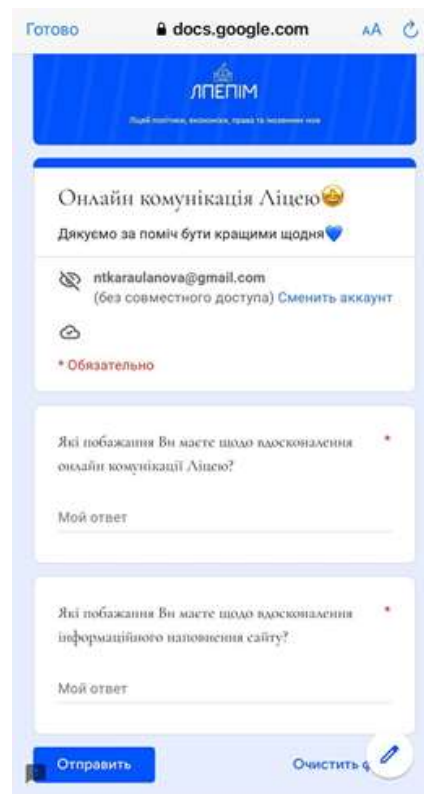
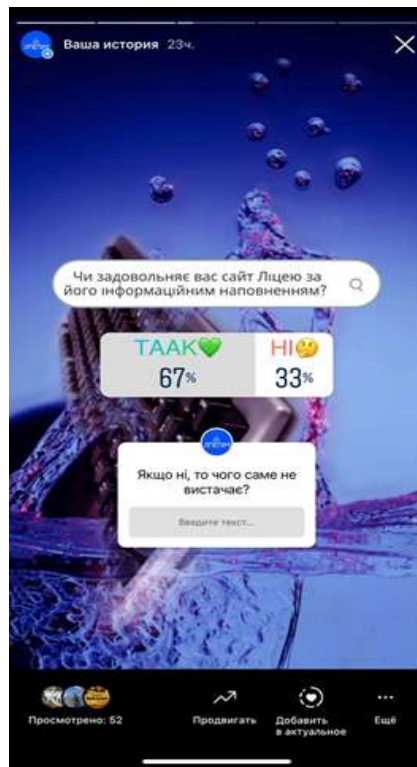
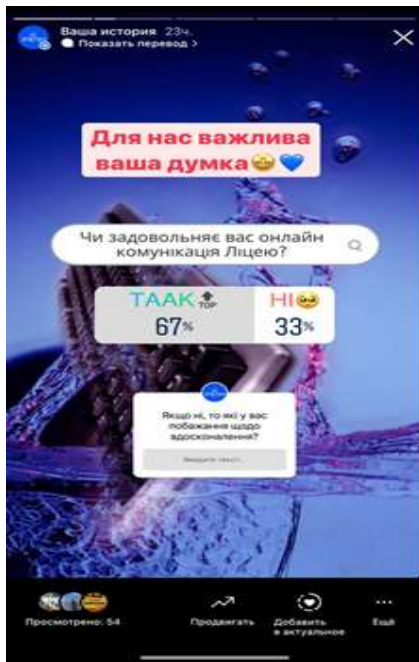
Завершено Продвигать снова

Посещение профиля	44
Сумма затрат	8,00 \$ из 8,00 \$
Аудитория	оуки вы выбираете в настройках таргетинга

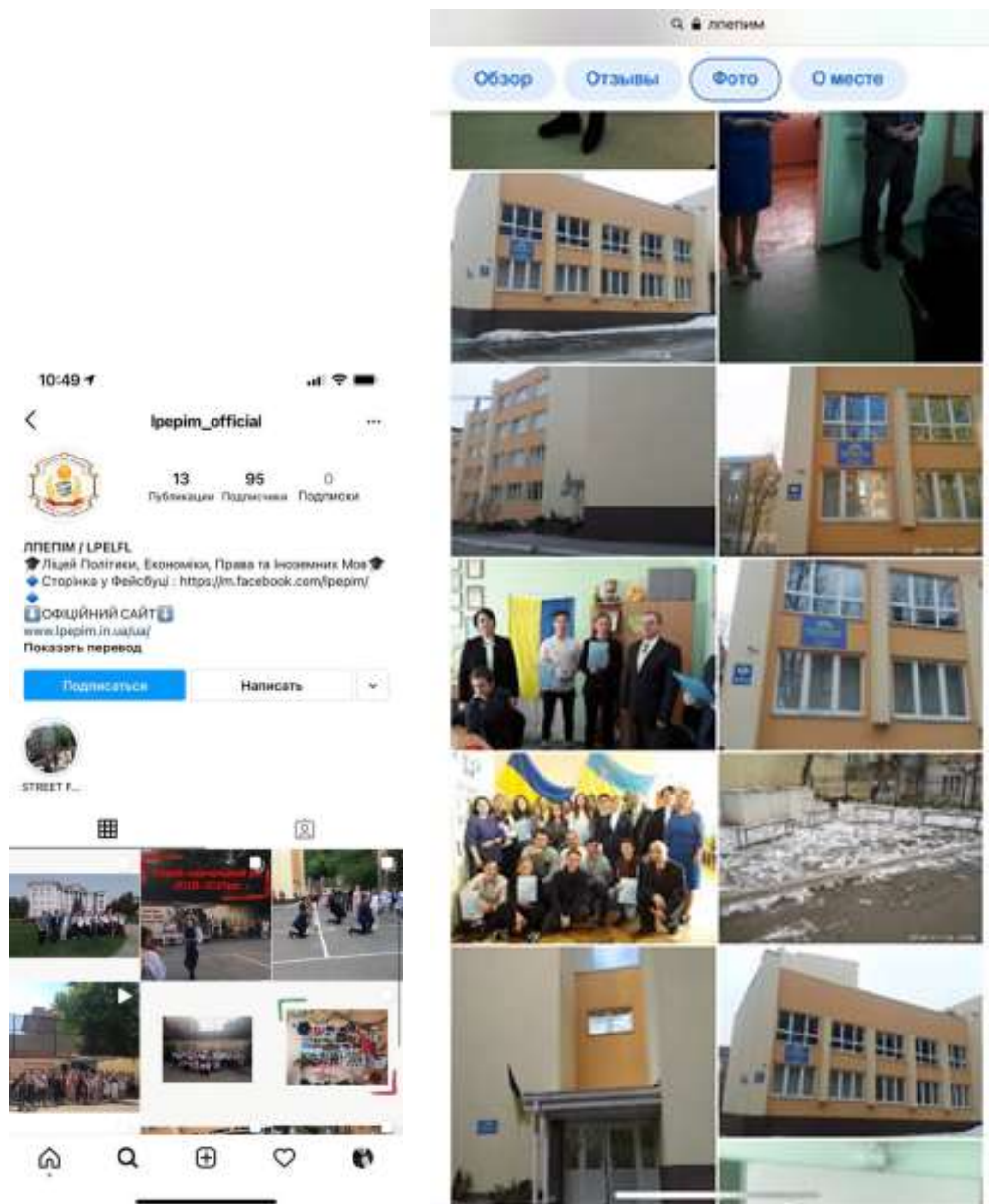
Статистика

Завершено Продвигать снова

Додаток 8. Опитування користувачів

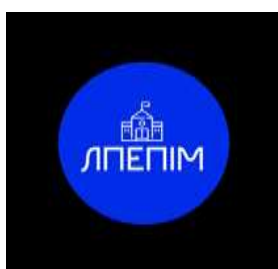


Додаток 9. Старі фотографії (Google my business, Instagram) та логотип (до втілення цього проєкту)





Додаток 10. Ребрендинг





Ліцей політики, економіки, права та іноземних мов



НЕКРАСОВСЬКА, 4, КИЇВ
 +(38) 068 950 25 35
 WWW.LPEPIM.COM

Про ліцей

Ми – приватний загальноосвітній навчальний заклад для дітей 5-11 класів, заснований 14 серпня 2001 року. У нашому ліцеї завжди панує позитивна, доброзичлива атмосфера. Кожен учень отримує індивідуальний підхід та всебічну підтримку. Наша місія – розкрити таланти, здібності та потенціали кожної дитини для досягнення успіхів у сучасному світі.

Мрієш стати студентом європейського університету?

Ліцей політики, економіки, права та іноземних мов запрошує учнів 8-10 класів на чеську програму підготовки до вступу на безкоштовне навчання в університеті Палацького (Mexico, м. Оломоуць). Підготовку здійснюють висококваліфіковані викладачі – носії мови.

Інновації у нашому ліцеї

Мультипрофільне навчання (10-11 класах)

Кваліфіковані педагоги

До 16 учнів в класі. Викладач приділяє увагу кожному

Поглиблене вивчення мов – англійська, чеська, французька, німецька


Довіряючи нам - Ви спокійні за майбутнє Ваших дітей!

З усіх питань звертайтеся до нас будь-якими зручним способом:

www.lpepim.com
 +(38) 068 950 25 35
 liceum.kyiv@gmail.com



Додаток 11. Інформація на Educaton.ua (реклама та сторінка)



ОНЛАЙН ТА ОФЛАЙН НАВЧАННЯ ЗА ДОСТУПНИМИ ЦІНАМИ

Education.ua

← Школи

Київ

Ліцей політики, економіки, права та іноземних мов VIP

★★★★☆ · 36 відгуків

Контакти Про школу Фото Відгуки

Київ - вул. Некрасовська, 4
 На карті

lpepim.com

(067) 449-32-02 (068) 950-25-35

liceum.kyiv@gmail.com

education.ua

1600 грн -5%

Языковые - Английский язык.

Средняя школа, студенты.

Sargo international community VIP

ул. Васильковская, 1, оф. 100/5, ул. Днепровская Набережная, 26, оф. 6, г. Киев

★★★★★

Еще 20 подходящих курсов от этой компании

Унікальна можливість безкоштовного навчання в університеті Чехії

Бухгалтерский учет + 1С ДАНКО

Бухгалтерия 8.3 + M.E.DOC

4200 грн -5%

Онлайн - Онлайн курсы;
 Профессиональные, повышение квалификации - Бухучет, экономика.

Студенты, взрослые, пенсионеры.

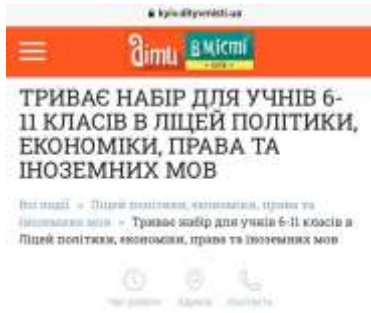
Данко, учебный центр VIP

ул. Сверстюка, 19, г. Киев

★★★★★

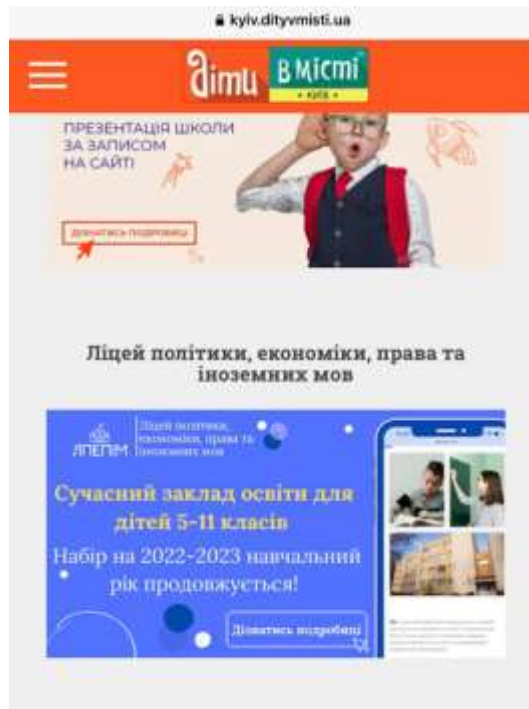
Еще 20 подходящих курсов от этой компании

Додаток 12. Інформація на сайті Діти в місті

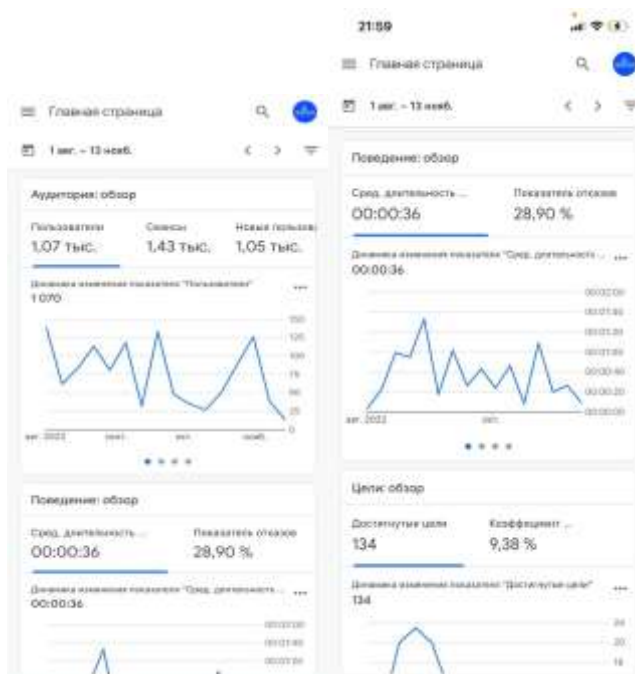


Хочете змінити школу? У нас є гарна новина - в нашому Ліцеї залишилось кілька місць для учнів 6-11 класів на 2022-2023 рік навчання.

Чекати на нас у Ліцей повинні діти, що розташовані у центрі столиці. Вже 20 років поспіль ми успішно поєднуємо найкращі традиції української освіти з інноваційними методами



Додаток 13. Аналітика (сайту та соціальних мереж)



Insights

Метрики Creator Studio будут отображаться на профессиональной панели

Последние 90 дней 16 авг - 13 ноя

Overview All content

Performance

People reached 150,1 т... +103% за последние 90 дней	Engagement 7,2 тыс. +12% за последние 90 дней	Net followers 7 -22% за послед...
---	--	--

Топовая публикация [See all](#)

Последние 90 дней

Продвигайте эту публикацию, чтобы охватить 2712 человек каждый раз, когда вы тратите 10 \$.

Вчера відбувся урок - батл "Битва поколінь", організ...
відео тр 4:44 ррн

Текущий охват публикации	188
Прогнозируемый дополнительный охват	2712

Home Watch Stories Live Notifications Studio

Insights

Метрики Creator Studio будут отображаться на профессиональной панели

Последние 90 дней 16 авг - 13 ноя

Overview All content

16-08 25-08 30-08 01-09 08-09 09-11

Men 8.9% Women 91.1%

Home Watch Stories Posts Notifications Studio

Insights

Метрики Creator Studio будут отображаться на профессиональной панели

Последние 90 дней 16 авг - 13 ноя

Overview All content

Performance

1-minute video views 181 +1700% за последние 90 дней	3-second video views 36,7 тыс. +644% за последние 90 дней
---	--

Топовая публикация [See all](#)

Последние 90 дней


Продвигайте эту публикацию, чтобы охватить 2712 человек каждый раз, когда вы тратите 10 \$.

Вчера відбувся урок - батл "Битва поколінь", організ...
відео тр 4:44 ррн


Текущий охват публикации	188
Прогнозируемый дополнительный охват	2712

Home Watch Stories Live Notifications Studio

Додаток 14. Альтернативний сайт, створений на платформі Wix.



Ліцей політики,
економіки, права та
іноземних мов




Ліцей політики,
економіки, права та
іноземних мов

Ліцей

політики, економіки, права
та іноземних мов

[Про наш заклад](#)



Вартість навчання

Навчання для учнів 5-11 класів

100 000 грн/рік



Ліцей політики,
економіки, права та
іноземних мов

Online school LPEPIM



Наші переваги

20 років ми успішно поєднували найкращі здобутки української освіти з інноваційними зарубіжними методиками. Сьогодні ми прагнемо надавати якісну освіту учням з різних куточків України та світу.

Інновації у нашому ліцеї

У нашому ліцеї є всі необхідні умови та методи для того, щоб зробити навчання у державній школі інноваційним.

 <h4>Класи з великою кількістю учнів</h4> <p>Велика кількість учнів у класі дозволяє вчителю використовувати різні методи навчання, що підвищує ефективність уроку.</p>	 <h4>Кваліфіковані педагоги</h4> <p>Велика кількість кваліфікованих педагогів дозволяє вчителю використовувати різні методи навчання, що підвищує ефективність уроку.</p>	 <h4>Потрібно включити все</h4> <p>Велика кількість кваліфікованих педагогів дозволяє вчителю використовувати різні методи навчання, що підвищує ефективність уроку.</p>
--	--	---

Про наш заклад



Ми

Сучасний приватний заклад освіти, в якому навчаються талановиті, успішні та щасливі діти! Вже 20 років ми якісно поєднуємо найкращі здобутки української освіти з інноваційними зарубіжними методами.

[Наша команда](#)

Activate Windows
Go to Settings to activate Windows.

Наша команда

«Освіта, яка не вчить жити успішно в сучасному світі, не має ніякої цінності. Кожен з нас проходить у життя із природженою здатністю жити щасливо й успішно. А ми повинні збагатити цю здатність знаннями й уміннями, які допоможуть нам її реалізувати найбільш ефективно»

Роберт Кіосаї



Інга Моравська
Директор школи



Оксана Яхно
Вчитель української мови та літератури



Віталій Луценко
Вчитель географії та фізики



Ольга Галай
Вчителька англійської мови



Чотири основні форми організації освітнього процесу:

- Змішане навчання - повне виконання Державного стандарту та весь спектр освітніх послуг від лідера (носія англійської мови, додаткові курси, підготовка до ЗНО). По можливості очне навчання або від онлайн живі уроки під час дистанційного.
- Лідер онлайн - повністю дистанційне навчання, живі уроки з вчителями щодня.
- Дистанційне - навчання в онлайн форматі, супровід вчителем, куратором, за потреби живі консультації з вчителями, державна атестація.
- Екстернат (для учнів 11 класу) - атестація з усіх предметів згідно державного стандарту освіти, свідоцтво про освіту державного зразка.

Учні можуть прийнятися до нас з будь-якого кутка України та світу.

На час воєнного стану діють індивідуальні умови.

Activate Windows
Go to Settings to activate Windows.