



COMSUS

Development of Sustainable
Communications of Higher Education
Institutions in Social Media

РОЗВИТОК СТАЛИХ КОМУНІКАЦІЙ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА



Co-funded by
the European Union

Варшава - 2023

Development of sustainable communications of higher education institutions in social media: the collective monograph (2023)
Edited by Z. Dąbrowski, W. Duranowski, L. Hulciaieva, A. Oliinyk. Warsaw: Zofia Zamenhof Foundation.

Фундація ім. Зофії Заменгоф



**РОЗВИТОК СТАЛИХ КОМУНІКАЦІЙ
ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ
У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА**

КОЛЕКТИВНА МОНОГРАФІЯ

ВАРШАВА

2023

Development of sustainable communications of higher education institutions in social media: the collective monograph (2023)
Edited by Z. Dąbrowski, W. Duranowski, L. Huliaieva, A. Oliinyk. Warsaw: Zofia Zamenhof Foundation.

Zofia Zamenhof Foundation



**DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE
COMMUNICATIONS
OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS
IN SOCIAL MEDIA**

COLLECTIVE MONOGRAPH

WARSAW

2023

Development of sustainable communications of higher education institutions in social media: the collective monograph (2023)
Edited by Z. Dąbrowski, W. Duranowski, L. Huliaieva, A. Oliińyk. Warsaw: Zofia Zamenhof Foundation.

Reviewers:

Ihor Chornodid

D. Sc. in Economics, Professor of Business Economics and Management Department, Vice-rector for scientific and pedagogical work, Academy of Labour, Social Relations and Tourism (Ukraine)

Teo Tirto

PhD in Economics, Project Manager in FARADI SRL, Researcher, Polytechnic University of Turin (Italy)

Arkadiusz Durasiewicz

Professor, Dr. habil., MBA, DBA, LL.D, Vice rector for Student Affairs and Science, Humanum Collegium Humanum (Poland)

Responsible editors:

Zbigniew Dąbrowski, Editor-in-Chief „Consortio – Journal of Economics, Social Sciences, Law and Education”, Chairman, Zofia Zamenhof Foundation (Poland)

Wojciech Duranowski

Ph.D. in Economics, Adjunct, Coordinator of the ERASMUS department, University of Opole (Poland)

Liudmyla Huliaieva

Ph.D. in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance, Academy of Labour, Social Relations and Tourism, Head of the Department of International Projects at Kyiv Business School (Ukraine)

Andrii Oliińyk

Ph.D. in Economics, Associate Professor of the Department of International Management, State University of Trade and Economics, the Expert of the Department of International Projects at Kyiv Business School (Ukraine)

Recommended for publication by:

Approved for publication by the the Scientific Council of the Publishing House of Zofia Zamenhof Foundation at the sitting on 01 November 2023.

Development of sustainable communications of higher education institutions in social media: the collective monograph. Edited by W.Duranowski, L. Huliaieva, A.Oliińyk. Warsaw, Zofia Zamenhof Foundation, 2023. 366 p.

The publication is the result of the project “COMSUS. Development of sustainable communications of Higher education institutions in social media” (project n° 2022-1-PL01-KA220-HED-000090164, Erasmus + program).

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

The materials are printed in the author's edition. Authors bear personal responsibility for the content, accuracy of the provided facts, and originality of the publications.

© Zbigniew Dąbrowski, Wojciech Duranowski, Liudmyla Huliaieva, Andrii Oliińyk (resp. ed.), 2023

© Team of Authors, 2023

© Zofia Zamenhof Foundation, 2023

ISBN 978-83-970242-0-5 (eBook)

Available at: DOI :

Development of sustainable communications of higher education institutions in social media: the collective monograph (2023)
Edited by Z. Dąbrowski, W. Duranowski, L. Hulciaieva, A. Oliinyk. Warsaw: Zofia Zamenhof Foundation.

Рецензенти:

Ігор Чернодід

доктор економічних наук, професор кафедри економіки підприємства та менеджменту, проректор з науково-педагогічної роботи, Академія праці, соціальних відносин і туризму (Україна)

Тео Тірто

Ph.D. з економіки, менеджер проєктів в FARADI SRL, дослідник, Політехнічний університет Турину (Італія).

Аркадіуш Дурасевич

Професор, доктор хабілітований, MBA, DBA, LL.D, проректор зі студентських справ та науки, Collegium Humanum - Варшавський Університет Менеджменту (Польща)

Відповідальні редактори:

Збігнєв Домбровський

головний редактор журналу «Consortio – Journal of Economics, Social Sciences, Law and Education», Голова Фонду Зофії Заменгоф (Польща)

Войцех Дурановський

Ph.D. з економіки, ад'юнкт, координатор відділу ERASMUS, Опольський університет (Польща)

Людмила Гуляєва

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів, Академія праці, соціальних відносин і туризму, керівниця департаменту міжнародних проєктів Київської бізнес-школи (Україна)

Андрій Олійник

кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародного менеджменту, Торговельно-економічний державний університет, експерт департаменту міжнародних проєктів Київської бізнес-школи (Україна)

Рекомендовано до публікації:

Схвалено до друку вченою радою Видавничого Дому Фундації ім. Зофії Заменгоф, на засіданні 01.11.2023р.

Розвиток сталих комунікацій закладів вищої освіти у соціальних медіа: колективна монографія. За ред. З. Домбровського, В. Дурановського, Л. Гуляєвої, А. Олійника. Варшава: Фундація ім. Зофії Заменгоф, 2023. 366 с.

Публікація є результатом проєкту «COMSUS. Розвиток сталих комунікацій закладів вищої освіти у соціальних медіа» (проєкт № 2022-1-PL01-KA220-NED-000090164, програма Erasmus+).

Фінансується Європейським Союзом. Однак висловлені погляди та думки належать лише автору (авторам) і не обов'язково відображають погляди Європейського Союзу чи Європейського виконавчого агентства з освіти та культури (EACEA). Ні Європейський Союз, ні EACEA не можуть нести відповідальність за них.

Матеріали друкуються в авторській редакції. Автори несуть особисту відповідальність за зміст, достовірність наведених фактів та оригінальність публікацій.

© Збігнєв Домбровський, Войцех Дурановський, Людмила Гуляєва, Андрій Олійник (відп. ред.), 2023

© Колектив авторів, 2023

© Фундація ім. Софії Заменгоф, 2023

ISBN 978-83-970242-0-5 (електронна книга)

Доступно за адресою: DOI:

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	11
I. СТАЛІ КОМУНІКАЦІЇ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	13
Артеменко Ліна, Шендерівська Ліна	
СОЦІАЛЬНІ МЕДІА В ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ: ОСОБЛИВОСТІ СТАЛИХ КОМУНІКАЦІЙ.....	13
Карчевська Олена	
СТАЛІ КОМУНІКАЦІЇ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ....	19
Кирилюк Ірина, Чвортко Людмила	
ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У СУЧАСНИХ КОМУНІКАТИВНИХ ПРОЦЕСАХ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ	32
Мархонос Світлана	
СТОРИТЕЛЛІНГ ЯК МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ДЛЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	41
Мелех Любомира, Мелех Богдан	
МЕРЕЖЕВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА РОЗПОВСЮДЖЕННЯ АКТУАЛЬНОЇ ІНФОРМАЦІЇ У ЗАКЛАДІ ВИЩОЇ ОСВІТИ	46
Олійник Андрій, Гуляєва Людмила, Войцех Дурановський	
ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛИХ КОМУНІКАЦІЙ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ	53
Павленчик Наталія, Павленчик Анатолій	
ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ, ЯК ЕЛЕМЕНТІВ ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ДЛЯ ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ	62
Семенчук Тетяна	
ПРОСУВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ: ВИКЛИК ДЛЯ УНІВЕРСИТЕТІВ.....	74
Сітак Ірина	
ТРАНСФОРМАЦІЙНИЙ ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА: ЯК УНІВЕРСИТЕТИ ОРІЄНТУЮТЬСЯ НА ЦИФРОВОМУ ЛАНДШАФТІ.....	80

Література

1. Akgün, A. E., Keskin, H., Ayar, H., & Erdoğan, E. (2015). The influence of storytelling approach in travel writings on readers' empathy and travel intentions. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 207, pp. 577-586.
2. Klymenko I.V. (2012) Reklama yak instrument sotsializatsii ta rozvytku dukhovnosti studentskoimolodi [Advertising as a tool for socialization and spiritual development of student youth]. *Naukovyi chasopys NPU imeni M.P.Drahomanova. Serii 12:Psykhologichni nauky* [Scientific journal of the NPU named after M.P. Drahomanova. Series 12: Psychological Sciences]. 37. – pp.136–139
3. Shumate M., Bryant J., Monge P. (2005) Storytelling and globalization: The complex narratives of netwar. *Emergence: Complexity and Organization*. Vol.7. Iss.3-4. –pp.74–84.

МЕРЕЖЕВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА РОЗПОВСЮДЖЕННЯ АКТУАЛЬНОЇ ІНФОРМАЦІЇ У ЗАКЛАДІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

NETWORK TECHNOLOGIES AND DISSEMINATION OF RELEVANT INFORMATION IN A HIGHER EDUCATION INSTITUTION

Мелех Любомира,

кандидат юридичних наук, доцент,
доцент кафедри господарсько-правових дисциплін,
Львівський державний університет внутрішніх справ,
Львів, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2936-8426>

Мелех Богдан,

кандидат наук з державного управління, доцент,
доцент кафедри права,
Львівський національний університет ветеринарної медицини
та біотехнології імені С.З. Гжицького,
Львів, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3125-0163>

Melekh Liubomyra,

Candidate of Law, Associate Professor,
professor of the department of economic and legal disciplines of the Institute of Law,
Lviv State University of Internal Affairs,
Lviv, Ukraine

Melekh Bohdan,

Candidate of Sciences in Public Administration,
Associate Professor Associate Professor of the Department of Law,
Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnology named after S.Z. Gzycki,
Lviv, Ukraine

Анотація. Одним із важливих завдань відділу зв'язків із здобувачами вищої освіти є інформаційне забезпечення стрічки новин для інтернет-порталу закладу вищої освіти (ЗВО). Ми свідомо беремо термін «інтернет-портал», адже сайт вищого навчального закладу зобов'язаний мати саме такий статус.

Ключові слова. інтернет-сервіси, інтернет-портал, сайт, заклад вищої освіти.

Abstract. One of the important tasks of the department of relations with students of higher education is the information provision of the news feed for the Internet portal of the institution of higher education (HEI). We deliberately use the term "Internet portal", because the website of a higher educational institution is obliged to have exactly such a status.

Keywords. internet services, internet portal, website, institution of higher education.

Вступ. За визначенням, інтернет-портал – це сукупність взаємоз'єднаних безпосередньо та через мережу інтернет апаратних засобів, до яких належать комп'ютери та машинозчитувані електронні носії інформації із заздалегідь записаною на них інформацією та/або виконані з можливістю запису та зчитування інформації у вигляді комп'ютерних програм, баз даних тощо. Він надає користувачеві інтернету різні інтерактивні сервіси, які працюють у рамках єдиного сайту. Налічує велику кількість посилань на інші сайти інтернету, має зручний інтерфейс та переслідує ціль задовольнити якомога більшу аудиторію здобувачів вищої освіти.

Усі портали виконують функції пошуку, а також, надають інтернет-сервіси, наприклад: електронна пошта, стрічка новин тощо. Особливе значення це набуває в умовах електронного кампусу, проєкт якого зараз активно реалізується в багатьох закладах вищої освіти.

Огляд літератури. Ідея роботи порталу — створення чи представлення критичної (найбільшої) маси інтернет-сервісів, якими б можна було залучити до

себе таку кількість користувачів-відвідувачів, яка буде постійно поповнюватися та збільшуватися. Кожен здобувачами вищої освіти має можливість відкрити на сайті персональне робоче місце та отримувати інформаційну підтримку у відповідності зі своїми індивідуальними інформаційними потребами» [1, 120].

Створення, наприклад, бібліотечного веб-сайту, його дизайн не є предметом нашого дослідження, однак деякі елементи його інформаційного наповнення та їх маркетинг варто розглянути предметно, як продукти діяльності відділу.

Інтернет є надзвичайно конкурентним середовищем і тому ефективні веб-сайти мають створюватися в результаті стратегії промоційної діяльності. Ще одна складність – він потребує постійної підтримки аби не втратити своєї актуальності для аудиторії.

Лева частка українських університетських сайтів функціонує державною мовою, але, слід зазначити, що далеко не всі з них повністю україномовні. Вибір мови реалізований на багатьох українських сайтах, проте реалізований теж не завжди добре. Тут, перш за все, даються взнаки ті ж проблеми - посилання «не в мову». Тобто користувач може обрати зручну для себе мову інтерфейсу, але не завжди посилання виводять користувача на сторінки, написані мовою, яку він обрав [2, 390].

Найпопулярнішими сервісами на українських університетських сайтах є різновиди бібліографічних та вебліографічних оглядів. Абсолютна більшість проаналізованих проєктів (83%) містить сторінки з тематичними списками літератури з того чи іншого питання. Тут користувачі можуть не тільки переглядати уже створені списки, але й створювати та адмініструвати власні. Викладачі можуть створити списки із предметів, котрі вони викладають, студенти чи будь-які інші зареєстровані на сайті користувачі теж можуть створювати списки із тематики, у якій вони поінформовані. Користувачі сервісу можуть бачити не тільки списки, а й те, наскільки кваліфікована людина їх створювала. Як результат – у виграші й

здобувачі вищої освіти, і ті, хто допомагає їм створювати бібліографічний продукт, і кінцеві користувачі інформації. Прекрасний, хоча поки унікальний для українського сегмента інтернет, приклад вдало розробленого зворотного зв'язку з користувачами [3, 31].

Наочною формою онлайн-сервісу є віртуальні книжкові виставки. Для кінцевих користувачів стає набагато цікавішим, якщо розробниками додано до бібліографічного списку фотографії обкладинок та анотації до представлених книжок(наукових видань). Поряд із навігаційними сервісами в арсеналі сайтів провідне місце займають пошукові сервіси. Найпоширенішою формою пошукового сервісу є пошуковий сервер. Вище вже зазначалося, що більшість українських сайтів мають електронні каталоги, оформлені як пошукові сервери. Але поняття «пошуковий сервер» значно ширше, ніж «електронний каталог». Якщо сайт великий, то навіть для пошуку потрібної інформації у структурі сайту необхідний пошуковий сервер. Окрім цього, користувачам потрібний і пошук в інтернеті, який ЗВО також може пропонувати зі сторінки власного сайту. З наявністю цих двох видів пошуку стан гірший, ніж із наявністю електронних каталогів [4, 53].

Виклад основного матеріалу дослідження. Проаналізуємо тепер сервісні ресурси українських сайтів, тобто ті, які створюються для допомоги користувачам у їхній роботі. Дуже важливо розробити на сайті дієвий інструментарій для допомоги користувачам, це значно полегшить їхню роботу і вкрай позитивно вплине на їхнє ставлення як до конкретного проєкту, так і до усіх в цілому. Для розробки сервісних ресурсів дуже важливо чітко усвідомити, для кого і для чого створюється проєкт, хто буде його потенційними користувачами, які завдання ставить перед собою ЗВО, створюючи конкретний інтернет-проєкт.

Університетські сайти багаті на інформацію про свої установи. У тому чи іншому вигляді інформація про ЗВО, її основні послуги, режим роботи, адресу тощо наявна на 96% проаналізованих сайтів [5, 35].

Дуже важливим для успішної навігації по сайту є канал новин сайту. Користувачів потрібно постійно інформувати про будь-які зміни в змісті сайту. Саме канал новин сайту є найкращим показником його життєдіяльності, саме цей сервіс відображає те, як адміністрація працює над удосконаленням його структури та змісту.

Важливо налагодити дієвий зворотній зв'язок із тими, для кого сайт створено. Найпростішим та найефективнішим методом є створення гостьових книг сайтів, у яких відвідувачі могли б залишити власні пропозиції, побажання подяки або ж скарги [6, 21].

Віртуальні довідкові служби, які б задовільно функціонували, були наочними та містили фонд виконаних довідок, виявлені одиниці. Користувач може миттєво зв'язатися із сайтом й у режимі реального часу отримати відповідь на свій запит.

У проаналізованому сегменті були знайдені приклади всіх рівнів дизайнерської майстерності: від найпростіших веб-сторінок, створених за допомогою програми Microsoft Word, до зразків професійного веб-дизайну комерційного рівня. Деякі сайти підписані спеціалізованими дизайн-агенціями, деякі створюють організації, яким підпорядковані, є розроблені студентами, ознайомленими з основами веб-дизайну. Різний рівень досвіду відображається в різному рівні якості. Але навіть недосвідченість у веб-дизайні не виправдовує деяких грубих помилок: можна приймати різні рішення щодо дизайну, але варто пам'ятати, що сайт має бути доступним усім, незалежно від апаратної платформи.

Тому, інформаційне наповнення новин або блок останньої інформації підкреслить, що ваш сайт не стоїть на місці, а розвивається, пам'ятає і турбується про користувачів. Логічно цей розділ помістити на перший план інтернет-порталу.

Також варто вивчати інструменти роботи із аудиторією, які є невід'ємною складовою частиною веб-сайту. Минув той час, коли сайт був мережевою рекламною брошурою. Сьогодні сайт вирішує набагато більше завдань і робить все

ефективніше, зокрема передбачає:

1) опитування відвідувачів – їхнє ставлення/думка про послуги, сервіси, сайт. Зібрати важливу інформацію в мережі набагато простіше й швидше. Для цієї мети на сайт вміщуються опитувальники, голосування, гостьові книги тощо;

2) анкети для відвідувачів – залежно від демографічного портрета постійної аудиторії сайту, його адміністрація може робити відповідні корегування в змісті, розділах і навіть позиціонуванні, тим самим підлаштовуючись під інтереси аудиторії;

3) аналіз поведінки користувачів на сайті – власники ресурсу можуть стежити за відвідуваністю сервера, за найбільш популярними маршрутами на сайті, точками входу й виходу відвідувачів, часом, проведеним на кожній зі сторінок тощо. Дана інформація використовується і для оптимізації структури й навігації сайту.

Окрім створення сторінки в соціальній мережі, ефективним є започаткування різних груп, сторінок окремих заходів та подій. Додатково з'являється можливість заявити про себе величезній аудиторії. Група в соціальній мережі – це пряме спілкування з користувачами. Соціальні мережі дають змогу зруйнувати межі – це їх головна перевага. ЗВО може оперативно дізнатися думку користувачів з приводу планованої акції або зміни режиму роботи, з'ясувати їхні побажання, прийняти до уваги доцільність певних змін. Група дає можливість миттєво повідомити велику аудиторію про нові видання, конкурси або заходи і поширити цю інформацію далі в мережі.

Просування в соціальних медіа залежить від вибору форми майданчиків для роботи в соціальних медіа (блоги, сторінка або група в соціальній мережі, відеоканал на хостингу Youtube). Визначальним є стиль, основні принципи, ключові тексти, аватари. Необхідно розробити приблизний перелік тематичних розділів для сторінки, частоту наповнення, використання аудіо- та відеоматеріалів,

приблизний «редакційний план» на перші місяць–два роботи. Спочатку враховується базова інформація для наповнення сторінки на перші два–три тижні її функціонування. Важливо оптимально організувати роботу (порядок створення «редакційного плану» і контенту для наповнення майданчиків у соціальних медіа, розподіл обов'язків) . Контент в соціальних медіа - це привід для бесіди, тому важливо створювати тексти , які передбачають дискусії в коментарях, але виклад інформації мусить бути точним, простим і однозначним [6, 22].

Як показало опитування під час нашого дослідження, найпоширеніший досвід серед ЗВО має одна з найчисельніших і популярних в університетському середовищі соцмереж – Facebook. Вона розвиває переваги своєї інформаційної соціальної платформи, інтегруючи не тільки медіа, а й усі типи контенту, продовжуючи розвивати мережу як засіб авторизації для будь-яких сторонніх сайтів і додатків, що розширить можливості присутності для ЗВО.

Висновки. Отже, аналіз різних публікацій з цієї теми, а також власний досвід дали підстави нам визначити етапи проєктування, створення й підтримки веб-порталу ЗВО: розробка концепції сайту і його дизайну, відбір інформаційного наповнення, програмування, встановлення сайту на комп'ютер провайдеру та web-промоушен сайту.

Література

1. Barabash S. I.(2017) *Zv'yazky z hromads'kistyuu (PR) ta informatsiyni tekhnolohiyi v bibliotetsi vishchogo navchal'nogo zakladu* [Public relations (PR) and information technologies in the library of a higher educational institution]. Kyiv, Avers. 119 p. [in Ukrainian].
2. Tymoshenko N. L.(2016) *Korporatyvna kultura: dilovy etyket* [Corporate culture: business etiquette]. Kyiv. Znannia, 392 p. Seriya "Vyshcha osvita 21 stolittya [Series "Higher education of the 21st century"]. pp. 389–391. [in Ukrainian].
3. Solovyanenko D. (2015) *Strukturnyi analiz ukrayinskoho bibliotechnoho veb-segmentu merezhi Internet* [Structural analysis of the Ukrainian library web segment of the Internet]. Bible release No. 3. pp. 26–37. [in Ukrainian].
4. Shevchenko I. (2010) *Nova bibliotechna posluga: vykorystannia informatsiinykh tekhnolohii ta Internetu v bibliotetsi* [New library service: use of information technologies and the Internet in the library]; *Ukrayinska Bibliina Asotsiatsiya, Tsentri bezperervnoyi informatsiyno-bibliotechnoyi osvity,*

Holovnyy tsentr pidhotovky bibliotechnykh pratsivnykiv. K.: Sammit-Knyha [Ukraine Bible Assoc., Continuous Center. inform.-bibl. of education, Head training center for librarians. K.: Sammit-Knyga]. 65 p. [in Ukrainian].

5. Petrytska V. (2010) Komfort obsluhovuvannya ochyima korystuvachiv [Comfort of service through the eyes of users]. Bibliynny forum Ukrayiny [Bible Forum of Ukraine]. 1. pp. 32–36. [in Ukrainian].

6. Pashkova V. S. (2013) Elektronni resursy, dostupni vsim: proekt Posol'stva SShA v Ukrayini [Electronic resources available to all: the project of the US Embassy in Ukraine] "Internet dlya publichnykh chytachiv. b-k". Bibliyna planeta ["Internet for public readers. b-k". Bible planet]. 4. pp. 20–22. [in Ukrainian].

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛИХ КОМУНІКАЦІЙ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN SOCIAL NETWORKS TO ENSURE SUSTAINABLE COMMUNICATIONS OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS

Олійник Андрій,

кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародного менеджменту,
Державний торговельно-економічний університет,
спеціаліст департаменту міжнародних проєктів,
Київська бізнес школа,
Київ, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4589-703X>

Гуляєва Людмила,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів,
Академія праці, соціальних відносин і туризму,
керівниця департаменту міжнародних проєктів,
Київська бізнес школа,
Київ, Україна
ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-0045-8551>

Дурановський Войцех

PhD з економіки,
ад'юнкт, координатор ERASMUS департаменту,
Опольський університет,
Ополе, Польща
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3984-6332>