

Юлія Бондаренко, Соломія Охінок, Артур Кішйолек, Олег Карий

Інтерес до університетів на основі пошукових запитів в Інтернеті

Поліпшення глобального доступу до Інтернету та розвиток пандемії COVID-19, яка вимагає масового тестування методів онлайн-навчання, перенесли конкуренцію між вищими навчальними закладами та боротьбу за багатих студентів на регіональному рівні у змагання за студентів у всіх країнах. Мета статті – визначити вплив рейтингу вищих навчальних закладів на інтерес користувачів Інтернету шляхом проведення порівняльного аналізу популярності офіційних назв вищих навчальних закладів у пошукових запитах в Україні та Польщі. Для цього проведений порівняльний аналіз зміни інтересу до провідних вищих навчальних закладів України та Польщі в пошукових запитах у системі Google. Аналіз виконується за допомогою веб-застосунку Google Trends. В результаті встановлено, що висока позиція університету в національному рейтингу не гарантує більшої кількості пошукових запитів в Інтернеті як національними користувачами, так і користувачами з сусідньої країни. В цілому, користувачі Інтернету як і раніше найбільше цікавляться університетами, розташованими в їхньому регіоні на момент пошуку.

Ключові слова: університет, інтернет-маркетинг, інтернет-платформи, аналіз, веб-застосунок Google Trends, порівняльний аналіз

Класифікація JEL: M31, O15, O57



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.