
 <https://doi.org/10.31651/2524-2660-2024-1-156-162>

 <https://orcid.org/0000-0002-6982-1507>

МОЙСІЄНКО Олександр

аспірант катедри освітнього і соціокультурного менеджменту та соціальної роботи,
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

e-mail: moisienko26@gmail.com

УДК 378.014.25(438):659.1(045)

ПРОМОЦІЯ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ПОЛЬЩІ: ЄВРОПЕЙСЬКІ ПІДХОДИ ТА ПРАКТИКИ

*У статті проаналізовано особливості про-
моції освітніх послуг закладами вищої освіти
Польщі. Розглянуто низку видів промоції, зок-
рема академічної мобільності, що впливають
на популяризацію закладів вищої освіти на мі-
жнародному ринку. Підкреслено важливість
формування освітніх програм для іноземних
студентів англійською мовою.*

*Доведено важливість міжнародного співробі-
тництва між закладами вищої освіти європей-*

*ських країн. Зокрема, досліджено специфіку
додержання польських університетів до програми
«Erasmus+», що надає можливість навчатися,
проходити стажування чи викладати в іншій
країні.*

*Розкрито особливу роль «Польсько-
української співпраці представницьких органі-
зацій ректорів задля вдосконалення діяльності
закладів вищої освіти». Представлені ключові
аспекти «Національного агентства академічних*

обмінів», що сприяє інтернаціоналізації польських університетів.

Встановлено, що важливим елементом діяльності агенції є підтримка поширення результатів досліджень на міжнародному рівні, для того, щоб робота мала шанс зробити внесок у світовий науковий прогрес.

Підкреслено важливість формування позитивного іміджу ЗВО. Досліджені основні переваги навчання в Польщі. Розглянуто роль цифрових медіа та інтернет-маркетингу у промоції польських університетів.

Доведено, що в епоху глобалізації університети повинні адаптувати свою промоційну стратегію до нових реалій, щоб охопити ринок абітурієнтів і бути привабливішим за конкурентів.

Ключові слова: промоція; імідж; вища освіта; академічна мобільність; освітні програми; інтернаціоналізація; Польща.

Постановка проблеми. Сучасна вища освіта перебуває в умовах постійної конкуренції, тому постає проблема якісного просування освітніх послуг на ринку. Система промоції передбачає комплекс ініціатив і заходів, що формуються на національному рівні з урахуванням потреб та особливостей кожної країни. Зазначимо, що формування системи промоції вищої освіти в Європі залежить від бренду країни, її іміджу на міжнародній арені, рівня соціально-економічного розвитку та інших факторів. Важливим є розвиток відповідних підрозділів при міністерствах освіти та в університетах, які б займалися промоцією.

Стратегічні кроки останніх років здійснені Республікою Польща щодо просування вищої освіти дають результати. Зокрема, це демонструється зростанням кількості іноземних студентів і наявністю освітніх програм, що викладаються іноземними мовами. Існує необхідність у більш глибокому та системному аналізі видів промоції закладів вищої освіти Польщі, яка є державою-сусідкою України та до складу цільової аудиторії яких є також українські студенти.

Аналіз досліджень та публікацій підтверджує, що проблематика промоції вищої освіти є недостатньо вивченою в Україні, а основні теоретико-методологічні напрацювання належать зарубіжним ученим, зокрема вивчення Республіки Польща в контексті проблеми промоції вищої освіти на науковому рівні є досить обмеженим. Відзначимо праці А. Пабіан (Pabian, 2008), Й. Возницького (Woźnicki, 2010) й Д. Ленжака (Łęzak, 2020). В Україні тему досліджувала О. Богородецька (Богородецька, 2019). Основний матеріал статті побудований на офіційних даних Міністерства науки й вищої освіти Республіки Польща, окремих фондаций та інтернет-сторінок освітньо-наукових ініціатив.

Метою цієї статті є аналіз особливостей просування закладів вищої освіти Польщі. Визначити сучасні види промоції, які можуть бути корисним досвідом для ЗВО України.

Виклад основного матеріалу. В умовах постійної конкуренції на внутрішньому та зовнішньому освітніх ринках, важливим вектором розвитку закладу вищої освіти є його промоція. Польща є однією із найпопулярніших країн для здобуття вищої освіти серед українців, особливо в умовах російсько-української війни. Порівняння освітніх програм, академічної мобільності та інших видів промоції є важливим аспектом для визначення стратегій українських ЗВО, враховуючи той факт, що до складу цільової аудиторії університетів Польщі зараховують українських студентів.

Система вищої освіти Польщі є однією з найбільш привабливих і доступних для абітурієнтів та студентів. 2023 рік став рекордним у Польщі за кількістю заявок, поданих за програмою ЄС «Erasmus+». Фонд розвитку системи освіти (FRSE), який реалізує цю програму, минулого року отримав понад 6000 заявок. У 2022 році їх було вдвічі менше, приріст порівняно з 2021 роком склав 130 відсотків. Загалом за останні три роки поляки подали понад 12 тис. заявок. Зазначимо, що у 2014–2023 роках фундація співфінансувала проекти в рамках «Erasmus+» на суму понад 7 мільярдів злотих, і загалом ними скористалися понад 830 000 осіб. Загалом «Erasmus+» є флагманською ініціативою Європейського Союзу з підтримки співпраці між університетами різних країн та сприяння мобільності для отримання продовження освіти чи працевлаштування. За цією програмою у 2014–2023 роках реалізовано майже 21 тисячу проектів, а кількість фінансування перевищило 1,6 мільярдів євро. Програма відкриває польську молодь світу, допомагає їй отримати не лише теоретичну, а й практичну освіту, дізнатися про інші культури та отримати цінні контакти (Анісімова, 2019).

На основі статистичних даних встановили, що загальний бюджет програми «Erasmus+» на 2021–2027 роки становить 26,2 млрд євро. Програма робить акцент на розвиток інновацій у сфері вищої освіти та сприянні участі молоді в демократичному житті. Розвиток програми матиме ключове значення на заплановане на 2025 рік створення Європейського освітнього простору, завдяки якому Європейський Союз має намір, зокрема: забезпечити для молоді доступ до освіти та навчання, влаштовувати академічні обміни і дати можливість

знайти роботу по всій Європі (Анісімова, 2019).

Зазначимо, що Національне агентство Європейського корпусу солідарності відповідає за участь Польщі у світових та європейських чемпіонатах «WorldSkills» та «EuroSkills». Фонд також координує, серед іншого роботу створеної для вчителів платформи eTwinning та EPALe – електронної платформи для навчання дорослих у Європі.

В аспекті просування освітніх послуг варто зазначити про існування «Польсько-української співпраці представницьких організацій ректорів задля вдосконалення діяльності закладів вищої освіти». Ідея проєкту полягає в реалізації співпраці ректорів польських та українських закладів вищої освіти у сфері врядування («governance in HEIs»), зокрема в питаннях удосконалення управління університетами, з урахуванням принципів і свобод академічної спільноти та з метою пошуку оптимального балансу між самоврядуванням та управлінням у вищій освіті, з використанням власного досвіду обох країн та міжнародної практики, а також результатів власних досліджень (European Education, 2024).

Під час розгляду видів просування освітніх послуг варто зауважити, що у Польщі зростає група науковців, що відомі на міжнародному рівні, а деякі дослідницькі центри визнані в усьому світі у своїх галузях, зокрема програма «NAWA» (Національне агентство академічних обмінів). З 2018 року NAWA відповідає за просування вищої освіти Польщі. Це завдання реалізується шляхом презентації польських національних стендів під прапором кампанії «Ready, Study, Go! POLAND», на найпрестижніших освітніх конференціях і ярмарках світу. У межах реалізації кампанії «RSG! POLAND», «NAWA» передбачає тісну співпрацю з Міністерством науки та вищої освіти, Міністерством закордонних справ Польщі та Конференцією ректорів польських академічних установ шляхом ініціювання спільних заходів, підтримки дипломатичних представництв в організації освітніх ярмарок.

План просування польської вищої освіти також передбачає суттєву підтримку установ, які беруть участь у ярмарку, шляхом організації семінарів, тренінгів та зустрічей з місцевими лідерами громадської думки та владою. Ця діяльність спрямована на підтримку польських університетів у досягненні вибраних освітніх ринків зі своїми пропозиціями. Програма створює нові можливості для залучення польських науковців і викладацького складу до міжнародного наукового кола через програми обмі-

ну тривалістю до двох років. «NAWA» також пропонує дослідницьке перебування в Польщі для співробітників іноземних центрів (European Education, 2024; European Education, 2024; Ulam Programme, 2024).

Слід зазначити, що за останні десятиліття багато талановитих науковців мігрували з Польщі, щоб проводити дослідження та розвивати свою кар'єру за кордоном. Багато з них підтримують контакти з польськими центрами, а також ініціюють міжнародну співпрацю за участю польських дослідників. Зростаючий потенціал багатьох університетів і дослідницьких підрозділів у Польщі створює належні умови для заохочення науково активних поляків до повернення на Батьківщину. «NAWA» підтримує польські центри у створенні привабливої пропозиції для людей, які хочуть знову проводити дослідження в Польщі. Враховуючи основні тенденції, інтернаціоналізація польських університетів і дослідницьких підрозділів вимагає розширення можливостей фінансування мобільності вхідного та вихідного академічного персоналу. У межах програм «NAWA» польські центри претендують на фінансування для короткострокових міжнародних обмінів докторантів та співробітників, що покращує їхні компетенції, пов'язані з викладацькою чи дослідницькою діяльністю, а також дозволяє налагодити міжнародні наукові контакти. У межах подібних програм «NAWA» є можливість брати участь у конференціях, стажуваннях, навчальних візитах та тренінгах (Ulam Programme, 2024; Важлива інформація, 2024).

Важливо відзначити, що здійснення широкого міжнародного співробітництва та обміну університетами та дослідницькими підрозділами вимагає відповідної організаційної підготовки та просування. «NAWA» підтримує польські центри у забезпеченні належного рівня обслуговування іноземних студентів та викладачів, а також фінансує заходи, спрямовані на створення системи просування за якістю. Важливим елементом діяльності агенції є підтримка поширення результатів досліджень на міжнародному рівні, для того, щоб робота мала шанс зробити внесок у світовий науковий прогрес.

Звертаючи увагу на тенденції розвитку, значна частина польських державних і приватних університетів пропонують якісну освіту та стають впізнаваними на міжнародному ринку вищої освіти. Водночас низькі (порівняно з іншими країнами ЄС)

витрати на життя та високий рівень безпеки роблять Польщу потенційно привабливою країною для навчання. Позиції Польщі посилюються також завдяки системі стипендій для талановитих студентів, які хочуть навчатися в Польщі. «NAWA» пропонує стипендії для студентів із України, Азербайджану, Вірменії, Грузії, Молдови та окремих країн, що розвиваються, які хочуть продовжити навчання в Польщі, а потім повернутися до своїх країн походження, щоб використати там набуті знання та розвивати співпрацю з Польщею. У 2020 році була запущена стипендіальна програма, відкрита для молоді з усіх країн світу. «NAWA» виконує двосторонні та багатосторонні міжурядові угоди у сфері наукового та академічного співробітництва, включаючи програму «СЕЕPUS» (We promote cooperation, 2024).

Підкреслимо, що польська молодь може навчатися в університетах безоплатно. Але, якщо вони бажають отримати освіту за кордоном, то покриття витрат на проживання є значною. Завдяки стипендіальним програмам «NAWA» польська молодь отримує фінансову підтримку під час навчання та завдяки якійсній освіті зміцнює кадровий потенціал. Агенція відповідає за координацію просування науки та вищої освіти на міжнародному рівні. Завдяки участі в освітніх ярмарках, співпраці з дипломатичними та консульськими службами Польщі та діяльності в соціальних мережах «NAWA» представляє Польщу як країну з якісною пропозицією вищої освіти, безпечною та дешевою.

В епоху цифровізації університети повинні адаптувати свою промоційну стратегію до нових реалій, щоб охопити ринок абітурієнтів і бути привабливішим за конкурентів. Цифровізація революціонізувала багато аспектів нашого життя, і освіта не стала винятком. Сьогодні прийняття абітурієнтами рішень щодо вибору університету базується не лише на каталогах і брошурах, а стало складним процесом, у якому ключову роль відіграють соціальні мережі, що є потужним інструментом для брендингу та залучення потенційних студентів. «Facebook», «Instagram», «LinkedIn», «Twitter», «TikTok» – у цих та інших соціальних медіа ви можете показати свою освітню пропозицію, важливі події в житті університету, успіхи ваших студентів, життя на кампусі та багато інших аспектів, які можуть зацікавити та залучити потенційних студентів. Крім того, соціальні медіа пропонують можливість взаємодіяти – відповідати на запитання, збирати думки та створювати спільноту навколо університету.

Таблиця 1
Присутність польських університетів у соціальних мережах

Назва університету	Facebook (кількість підписників)	Instagram (кількість підписників)	YouTube (кількість підписників)
Ягеллонський університет	101 тис.	23,9 тис.	13,2 тис.
Варшавський університет	109 тис.	25,5 тис.	53,3 тис.
Університет імені Адама Міцкевича у Познані	61 тис.	14,6 тис.	7,75 тис.
Варшавський політехнічний університет	47 тис.	16,1 тис.	2,33 тис.

На сучасному етапі SEO, SEM і соціальні медіа – мають вирішальне значення для ефективного просування університетів в Інтернеті. Зростання використання мобільних пристроїв робить мобільні додатки більш важливими для маркетингу університетів. Програми можуть надавати студентам легкий доступ до університетської інформації, розкладів, оцінок, освітніх ресурсів тощо. Польські університети прагнуть створювати інтуїтивно зрозумілі та корисні програми, які спрощують спілкування з університетом.

Проведене дослідження свідчить про те, що особливу увагу польські заклади вищої освіти приділяють позиціонуванню веб-сайту (SEO), тобто процесу оптимізації веб-сайту, метою якого є досягнення найвищих можливих позицій у результатах пошуку в «Google» та інших пошукових системах. SEO-оптимізація передбачає адаптацію веб-сайту, щоб зробити його зручним для пошукових систем. Для цього необхідно використовувати відповідні ключові слова та оптимізувати вміст і структуру сторінки. Наприклад, університет може використовувати такі фрази, як «навчання в [назва міста]», «напрями навчання в [назва університету]» та подібні фрази, які потенційні студенти можуть вводити в пошукову систему. Польські університети залучають E-Mail маркетинг, що дозволяє університетам будувати довгострокові відносини з нинішніми студентами та потенційними кандидатами. Регулярне надсилання цінного вмісту, наприклад інформаційних бюлетенів, статей, порад або інформації про поточні події, дозволяє підтримувати контакт із одержувачами та зміцнювати довіру. Сьогодні університети мають у своєму розпорядженні багато інструментів, які значно полегшують ведення діяльності:

– системи управління університетом: комплексні IT-платформи, які об'єднують різні сфери діяльності університету, такі як

адміністрація, фінанси, персонал, освітній процес. Завдяки їм ви можете ефективно управляти всіма аспектами університету, від процесу набору студентів, через управління розкладом занять, оцінювання студентів, до вирішення поточних адміністративних питань;

– система управління навчанням (LMS): LMS — це онлайн-платформи, які дозволяють керувати процесом викладання та навчання. Університети використовують LMS для надання навчальних матеріалів, завдань, тестів і оцінювання онлайн. Студенти можуть використовувати ці платформи для доступу до навчальних матеріалів, спілкування з викладачами та участі в онлайн-заняттях;

– бібліотечні системи: віртуальні бібліотечні системи дозволяють університетам каталогізувати свої бібліотечні ресурси, а також отримувати доступ до електронних баз даних і журналів. Студенти та співробітники університету можуть легко шукати та отримувати доступ до необхідних матеріалів, не відвідуючи бібліотеку;

– системи аналізу даних: інструменти аналізу даних стають все більш популярними в університетах. Вони дозволяють збирати й аналізувати різноманітні дані про студентів, навчальні та адміністративні процеси. Університети можуть використовувати ці інструменти для створення звітів, моніторингу прогресу студентів, визначення областей для вдосконалення та прийняття рішень на основі даних.

Зазначені вище інструменти призначені для оптимізації університетських процесів, підвищення ефективності, покращення якості вищої освіти та задоволеності потреб студентів, а також полегшення роботи викладацького та адміністративного персоналу. Якщо їх використовувати належним чином, вони можуть допомогти підвищити стандарти навчання та зробити університет більш конкурентоспроможним. Університети все більше покладатимуться на аналіз даних і штучний інтелект, щоб зрозуміти поведінку, уподобання та потреби потенційних студентів. Це дозволить їм адаптувати свої маркетингові стратегії, персоналізувати комунікації та приймати кращі рішення щодо залучення та утримання студентів.

Підводячи підсумок, можна сказати, що майбутнє університетського маркетингу буде сильно пов'язане з використанням Інтернету та нових технологій. Персоналізація, AR, VR, соціальні медіа, інтерактивний контент, мобільні додатки, аналітика даних і штучний інтелект будуть ключови-

ми елементами ефективних маркетингових стратегій для університетів, допомагаючи їм охопити потрібну аудиторію та побудувати сильний бренд у епоху цифрових технологій.

Проведене дослідження дозволяє виокремити основні переваги навчання у Польщі:

- доступність;
- оптимальна система ціноутворення;
- широкий спектр спеціальностей та освітніх програм;
- якісні англійські освітні програми;
- значна кількість стипендіальних програм і грантів для іноземних студентів;
- польські дипломи визнаються в усіх країнах Європейського Союзу, Україні та інших країнах світу;
- онлайн-реєстрація й подача документів при вступі;
- польський уряд активно заохочує прийом на роботу студентів, даючи тим самим їм можливість самостійно сплачувати своє навчання;
- комфортне житло (гуртожитки);
- доступність цін на проживання.

Особливо за останні роки рівень освіти у Польщі активно просунувся уперед, наразі польські дипломи визнаються в 47 країнах світу. Сучасна система вищої освіти у Польщі має подібні принципи та схеми, як і у інших європейських країнах. До того ж, уряд країни прийняв закон, за яким студенти-іноземці мають право вступати до ЗВО Польщі на таких самих умовах, як і місцеві абітурієнти. Це рішення було вчасним та правильним, адже на місця громадян Польщі, які здобувають вищу освіту в країнах ЄС, змогли приїхати не менш здібні та талановиті іноземці. Кількість бажаючих навчатися у вищих Польщі щороку зростає, тому уряд зацікавлений і в тому, щоб якомога більше покращити та спростити перебування в країні для іноземних студентів. Ще один факт на користь навчання у Польщі – відсутність додаткової підготовки перед вступом. Для того, щоб стати студентом більшості польських ЗВО достатньо мати документ про закінчення школи.

Висновки та перспективи подальших наукових розвідок. Сучасний ринок освітніх послуг потребує належної уваги до промоції закладів вищої освіти. Польські університети беруть активну участь у програмах академічної мобільності, займаються розробкою медійних стратегій для просування власного іміджу. Глобалізація та цифровізація суспільства сприяє появі та дослідженню нових інструментів для залу-

чення нової аудиторії та потенційних абітурієнтів.

Перспективи подальших наукових пошуків полягають у поглибленому аналізі підходів до просування вищої освіти в Польщі та Європі загалом, розгляді нових освітніх ініціатив та вивченні наукових взаємодій між закладами вищої освіти Польщі та міжнародними партнерами.

Список бібліографічних посилань

- Анісімова, 2019 – Анісімова, О. (2019). Інтернаціоналізація вищої освіти: моделі та механізми. *Освітня аналітика України*, 3(7): 97–110.
- Богородецька, 2019 – Богородецька, О. (2019). Особливості промоції вищої освіти Республіки Польща. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. Розділ III. С. 78–88.
- Важлива інформація, 2024 – Важлива інформація (2024). *Narodowej Agencji Wymiany Akademickiej (NAWA)*. URL: <https://nawa.gov.pl/ukraina/zagalna-informacja>.
- Малинка, Александрович, 2020 – Малинка, М.М., Александрович, Т.З. (2020). Особливості формування загальнокультурної компетентності у здобувачів вищої освіти за кордоном. *Розвиток сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи*. Том IV: Зміни та синергія в розвитку науки та освіти: колективна монографія / за наук. ред.: Я. Гжесяк, І. Зимомря, В. Ільницький. Конін–Ужгород–Херсон–Київ: Посвіт. С. 133–139.
- Освітньо-науковий глосарій, 2018 – Національний освітньо-науковий глосарій (2018). Київ: КОНВІ ПРИНТ. 524 с.
- Польсько-Українська співпраця, 2024 – Польсько-Українська співпраця представницьких організацій ректорів задля вдосконалення діяльності закладів вищої освіти (2024). *Спілка ректорів закладів вищої освіти України: Громадська організація*. URL: <https://zvo.knu.ua/ua/pages/39>.
- Трима, 2017 – Трима, К.А. (2017). Специфіка інтернаціоналізації як критерій оцінювання якості освіти. *Молодий вчений*, 11(51): 448–451.
- European Education, 2024 – European Education and Culture Executive Agency (2024). *European Commission*. URL: <http://eacea.ec.europa.eu/>.
- Global Flow, 2024 – Global Flow of Tertiary-Level Students (2024). *UNESCO Institute of Statistics*. URL: <https://uis.unesco.org/en/uis-student-flow>.
- Łęzak, 2020 – Łęzak, D. (2020). Działalność Narodowej Agencji Wymiany Akademickiej na rzecz umiędzynarodowienia nauki i szkolnictwa wyższego w Polsce. In: *Interdyscyplinarne badania z zakresu nauk pedagogicznych i humanistycznych*. S. 82–90
- Pabian, 2008 – Pabian, A. (2008). Student jako beneficjent działań promocyjnych szkół wyższych. *Marketing i Rynek*, 8: 31–37.
- Ulam Programme, 2024 – The Ulam NAWA Programme (2024). *Narodowej Agencji Wymiany Akademickiej (NAWA)*. URL: <https://nawa.gov.pl/en/scientists/the-ulam-programme>.
- We promote cooperation, 2024 – We promote cooperation in the field of higher education in Central Europe (2024). *CEEPUS*. URL: <http://www.ceepus.info/#nbb>.
- What we do? 2024 – What we do? (2024). *Study tours to Poland*. URL: <https://studytours.pl/en/>.
- Wit, 2003 – Wit, K. (2003). The Consequences of European Integration for Higher Education. *Higher Education Policy*, 16(2): 161–178. <https://doi.org/10.1057/palgrave.hep.8300014>.
- World University Rankings, 2024 – QS World University Rankings: Europe 2024. *QS TOPUniversities*. URL: <https://www.topuniversities.com/europe-university-rankings?countries=cz>.
- Woźnicki, 2010 – Woźnicki, J. (2010). Strategia rozwoju szkolnictwa wyższego: 2010–2020. Przedstawienie projektu środowiskowego. *Nauka*, 1: 54 s.

References

- Anisimova, O. (2019). Internationalization of higher education: models and mechanisms. *Educational analytics of Ukraine*, 3(7): 97–110. [in Ukr.]
- Bogorodetska, O. (2019). Features of the promotion of higher education in the Republic of Poland. *International relations, public communications and regional studies*. Chapter III. P. 78–88. [in Ukr.]
- Important information (2024). *Narodowej Agencji Wymiany Akademickiej (NAWA)*. Retrieved from <https://nawa.gov.pl/ukraina/zagalna-informacja>. [in Ukr.]
- Malinka, M.M., Aleksandrovich, T.Z. (2020). Peculiarities of formation of general cultural competence among students of higher education abroad. *Development of modern education and science: results, problems, prospects*. Volume IV: Changes and synergy in the development of science and education: a collective monograph. In Grzesiak, Ya., Zymomria, I., Ilnytskyi, V. Konin-Uzhhorod-Kherson-Kyiv: Posvit, P. 133–139. [in Ukr.]
- National educational and scientific glossary (2018). Kyiv: CONVI PRINT. 524 p. [in Ukr.]
- Polish-Ukrainian cooperation of representative organizations of rectors to improve the activities of higher education institutions. *Union of Rectors of Higher Education Institutions of Ukraine: Public organization*. Retrieved from <https://zvo.knu.ua/ua/pages/39> [in Ukr.]
- Tryma, K.A. (2017). The specificity of internationalization as a criterion for evaluating the quality of education. *Young scientist*, 11(51): 448–451 [in Ukr.]
- European Education and Culture Executive Agency (2024). *European Commission*. Retrieved from <http://eacea.ec.europa.eu/>.
- Global Flow of Tertiary-Level Students (2024). *UNESCO Institute of Statistics*. Retrieved from <https://uis.unesco.org/en/uis-student-flow>.
- Łęzak, D. (2020). The activities of the National Agency for Academic Exchange for the internationalization of science and education in Poland. In: *Interdisciplinary research in the field of pedagogical sciences and humanities*. P. 82–90. [in Pol.]
- Pabian, A. (2008). Student as a beneficiary of promotional activities of universities. *Marketing and Market*, 8: 31–37. [in Pol.]
- The Ulam NAWA Program (2024). *Narodowej Agencji Wymiany Akademickiej (NAWA)*. Retrieved from <https://nawa.gov.pl/en/scientists/the-ulam-programme>.
- We promote cooperation in the field of higher education in Central Europe (2024). *CEEPUS*. Retrieved from <http://www.ceepus.info/#nbb>.
- What we do? (2024). *Study tours to Poland*. Retrieved from <https://studytours.pl/en/>.
- Wit, K. (2003). The Consequences of European Integration for Higher Education. *Higher Education Policy*, 16(2): 161–178. <https://doi.org/10.1057/palgrave.hep.8300014>.
- QS World University Rankings: Europe 2024. *QS TOPUniversities*. Retrieved from <https://www.topuniversities.com/europe-university-rankings?countries=cz>.
- Woźnicki, J. (2010). Strategy for higher education: 2010–2020. Presentation of the environmental project. *Nauka*, 1: 54 p. [in Pol.]

MOISIENKO Oleksii

PhD student, Bohdan Khmelnytsky National University in Cherkasy

**PROMOTION OF POLISH HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS:
EUROPEAN APPROACHES AND PRACTICES**

Summary. *The article focuses on the peculiarities of the promotion of educational services by institutions of higher education in Poland. A number of types of promotion, in particular academic mobility, affecting the popularization of higher education institutions on the international market are considered. The importance of forming educational programs for foreign students in English is emphasized.*

The importance of international cooperation between higher education institutions of European countries has been proven. In particular, the specifics of the involvement of Polish universities in the "Erasmus+" program, which provides the opportunity to study, undergo an internship or teach in another country, were investigated. The special role of "Polish-Ukrainian cooperation of representative organizations of rectors to improve the activities of higher education institutions" was revealed. The key aspects of the "National Agency for Academic Exchanges", which contributes to the internationalization of Polish universities, are presented. It has been established that an important element of the agency's activity is support for the dissemination of research results at the international level, so that the work has a chance to contribute to global scientific progress.

The importance of forming a positive image of higher education institutions is emphasized. The main advantages of studying in Poland have been studied. The role of digital media and Internet marketing in the promotion of Polish universities is considered. It has been proven that in the era of globalization, universities must adapt their promotional strategy to new realities in order to reach the market of applicants and be more attractive than competitors.

The conclusion indicates that the modern market of educational services requires proper attention to the promotion of higher education institutions. Further prospects for scientific research consist in an in-depth analysis of approaches to the promotion of higher education in Poland and Europe in general, consideration of new educational initiatives and the study of further scientific interactions between Polish higher education institutions and international partners.

Keywords: *promotion; image; higher education; academic mobility; educational programs; internationalization; Poland.*

Одержано редакцією 13.02.2024
Прийнято до публікації 27.02.2024