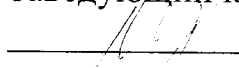


**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА,
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
КАФЕДРА «Экономика и управление инновационными проектами в
промышленности»**

ДОПУЩЕН К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой
 Л.В. Гринцевич
«__» _____ 2019 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание степени магистра экономических наук
тема «Повышение эффективности рекламной компании за счёт применения
инновационных технологий»
на примере Филиал БНТУ «Минский государственный политехнический
колледж»)
Специальность 1-27 81 01 «Управление инновационными проектами на
производстве»

Магистрант


А.С. Мельник

Руководитель
диссертации, профессор


С.С. Полоник

Нормоконтролер


Т.К. Савко

Минск 2019

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность рассмотрения темы данной магистерской диссертации обусловлена тем, что для колледжей остается актуальным поиск наиболее эффективных инструментов продвижения бренда образовательного учреждения на национальном и глобальном рынках образовательных услуг в условиях, когда традиционные инструменты рекламы и PR не всегда демонстрируют требуемую эффективность.

Рассматриваются относительно новые для образовательных учреждений инструменты продвижения собственного бренда и предлагаемых услуг посредством идентификации образовательных услуг, SMM-технологий и разработки сайта бренда. В качестве примера использования данных возможностей рассматривается концепция внедрения комплекса маркетинговой деятельности филиала Белорусского национального технического университета «Белорусский государственный политехнический колледж».

Объектом исследования являются образовательные услуги филиала «Белорусский МГПК».

Предмет исследования – инновационные технологии в системе маркетинга образовательных услуг.

Цель исследования: повышение эффективности рекламной кампании учреждения образования за счёт применения инновационных технологий.

В соответствии с целью исследования в работе поставлены следующие задачи:

- провести исследование теоретико-методологических основ повышения эффективности маркетинговой деятельности учреждений образования;
- провести анализа особенностей маркетинга образовательных услуг;

- провести анализ сдерживающих факторов развития экспорта образовательных услуг;
- разработать организационную структуру комплексной интернет-маркетинговой деятельности;
- разработать проект продвижения учреждения образования в социальных сетях и сети интернет;
- дать экономическую оценку мероприятий по повышению эффективности рекламной кампании.

Научная и практическая значимость результатов. В ходе исследования были получены следующие разработки, обладающие научной новизной:

- разработка и реализация рекламной кампании с применением инновационных технологий;
- совершенствование и оптимизация сайта филиала БНТУ «МГПК»;
- разработка механизма роста экспорта образовательных услуг;
- разработка интернет-маркетинговой стратегии для использования в учреждениях образования.

Структура работы. Магистерская диссертация состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы.

Текст диссертации изложен на 73 страницах, содержит 3 таблицы, 9 рисунков и 4 приложения.

Во введении обоснована актуальность темы исследования, дана оценка степени изученности проблемы, определены цели и задачи, объект и предмет диссертационного исследования, показаны его научная новизна и практическая значимость.

В первой главе «Теоретические основы рекламы образовательных услуг» рассматриваются теоретические основы маркетинга образовательных услуг и механизмы их продвижения на рынок. Рассмотрены технологии продвижения

образовательных услуг и определены наиболее эффективные их них. Также подчеркнута важность популярного отечественного инструмента повышения.

Во второй главе «Анализ тенденций и особенностей рынка маркетинга образовательных услуг Республики Беларусь» дан анализ тенденциям сферы маркетинга учреждений образования, где наибольшее внимание уделено влиянию репутацией и сдерживающим факторам развития экспорта образовательных услуг. Также выявлен ряд проблемных вопросов в продвижении экспорта образовательных услуг и их диверсификации. Определены приоритетные направления маркетинговой деятельности учреждений образования.

В третьей главе «Разработка концепции повышения эффективности маркетинговой кампании образовательных услуг» представлена организационная структура комплексной маркетинговой деятельности филиала БНТУ «МГПК». Также представлен проект продвижения колледжа в социальных сетях и сети Интернет. Произведен расчет экономической эффективности внедрения проекта продвижения колледжа.

В заключении обобщены основные выводы и даны рекомендации по развитию предложений автора по реализации маркетинговой деятельности учреждения образования.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акулич, И. Л. Маркетинг: учебник для вузов / И. Л. Акулич. – 8-е изд., перераб. и доп. – Минск: Высшая школа, 2014. – 265 с.
2. Беляев, В.И. Маркетинг: основы теории и практики : учебник / В.И. Беляев. – М.: КНОРУС, 2005. – 463 с.
3. Борисов, А.Б. Большой экономический словарь. – М.: Книжный мир, 2003. – 785 с.
4. Брасс, А.А. Менеджмент: наука и практика конструктивного лидерства: учеб. пособие / А.А. Брасс. Минск, 2006. – 240 с.
5. Ганэ, В.А. Стратегический менеджмент: факторный анализ и эффективность управления: УМК / Ганэ В.А., Соловьева С.В. // – Минск: МИУ, 2007. – 589 с.
6. Захаров, С. В. Маркетинг: учебник / С. В. Захаров, Б. Ю. Соловьевский, В. И. Павленко. — Изд. 2-е, доп. и перераб. — Ростов н/Д: Феникс, 2009. – 589 с.
7. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер: перевод с английского / Ф. Котлер. – 10-е изд. – Москва: Альпина Паблишер, 2018. – 678 с.
8. Маркова, В. Д. Стратегический менеджмент: Курс лекций / Маркова В. Д., Кузнецова С. А. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 265 с.
9. Мелешко, В.Р. Организация работы школьных сайтов / В.Р. Мелешко // Справочник руководителя образовательного учреждения. 2008. – 58 с.
10. Нагапетьянц, Н.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учеб. пособие / Под ред. Н.А. Нагапетьянца. — М.: Вузовский учебник, 2007. – 342 с.

- Оринчук, В. А. Практика применения инновационных образовательных технологий в высшей школе / Оринчук, В. А., Туватова В. Е. // Современное образование в России и за рубежом. — 2014. — 235 с.
2. Пименова, Н.Ю. О стратегии продвижения российского образования на международный рынок / Н.Ю. Пименова // Унив. упр.: практика управления. — 2006. - №5. — С. 7-8
3. Романова, И. М. Сущность, структура и особенности рынка образовательных услуг / Романова, И. М., Шевченко О. М., Полупанова В. А. // Унив. упр.: практика управления в России и за рубежом. — 2017. - №3. — С. 20-24
4. Салмин, П.С. Машинная модернизация системных технологий для организационного управления предприятиями / Салмин С.П., Салмин П.С. // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. — 2015. — №3. — С. 10-13.
5. Салмин, П.С. Формирование финансового результата холдинга по центрам финансовой ответственности / Салмин П.С., Салмина Н.А./ Вестник ВГАВТ. — 2018. — 421 с.
6. Самсонова, Е.В. Особенности маркетинга образовательных услуг на современном этапе рыночных отношений / Монография — Волгоград, 2013. — 100 с.
7. Самсонова, М.В. Маркетинговые приемы, способствующие развитию российского рынка образовательных услуг [Электронный ресурс] / М.В. Самсонова, Е.В. Самсонова // Современные проблемы науки и образования. — 2019.
8. Савицкая, Г. В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г. В. Савицкая. — Москва: Инфра-М, 2017. — 235 с.
9. Туватова, В. Е. Повышение эффективности маркетинговой деятельности // Маркетинг в России и за рубежом. — 2018. — 235 с.
10. Трушкевич, Н. Л. Современные методы анализа ассортиментной политики предприятия / Н. Л. Трушкевич // Вестник БГЭУ. — 2018. - №9. — С. 10-13.

21. Шамонов, П. А. О некоторых аспектах маркетинга образовательных учреждений [Электронный ресурс]. – 2018. - №5. – С. 20-24
22. «Marketing.by» – портал о маркетинге в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marketing.by>. – Дата доступа: 07.11.2019.
23. «mgrpk.bntu.by» –Официальный сайт филиала БНТУ «МГПК» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mgrpk.bntu.by>. – Дата доступа: 07.11.2019.
24. «Popsters.ru/» –Сервис аналитики постов и страниц конкурентов в социальных сетях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://popsters.ru>. – Дата доступа: 05.10.2019.
25. «Web-canare.ru» – Разработка и продвижение сайтов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.web-canare.ru>. – Дата доступа: 05.10.2019.
26. «creately.com» – портал по созданим схем [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://app.creately.com/manage/project/home> – Дата доступа: 05.10.2019.
27. «pinterest.co.uk» – портал по фирменному стилю [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pinterest.co.uk>. – Дата доступа: 05.10.2019.
28. «texterra.ru» – комплексные интернет технологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://texterra.ru>. – Дата доступа: 21.08.2019.
29. «intervolga.ru» – брендинг, разработка, поддержка сайтов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.intervolga.ru>. – Дата доступа: 16.09.2019.
30. «www.eduherald.ru» – международный студенческий научный журнал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.eduherald.ru/ru/article/view?id=18146. – Дата доступа: 15.08.2019.