Диссертация\_ Разработка стратегии продвижения бренда вуза на рынке образовательных услуг

Стр\_72

|  |  |
| --- | --- |
| **ВВЕДЕНИЕ** |  |
| **1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА ВУЗА** |  |
| 1.1 Сущность и виды стратегии продвижения бренда вуза |  |
| 1.2 Особенности формирования стратегии продвижения бренда вуза |  |
| 1.3 Мировой опыт стратегии продвижения бренда вуза на рынке образовательных услуг |  |
| **2 АНАЛИЗ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА ВУЗА НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ НА ПРИМЕРЕ УНИВЕРСИТЕТА МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА** |  |
| 2.1 Позиционирование вуза на рынке образовательных услуг РК |  |
| 2.2 Анализ содержательности брендинга образовательного учреждения |  |
| 2.3 Анализ эффективности стратегии продвижения бренда образовательных услуг |  |
| **3 РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ СТРАТЕГИЙ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА ВУЗА НА ПРИМЕРЕ УНИВЕРСИТЕТА МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА** |  |
| 3.1 Основные мероприятия по разработке стратегии позиционирования бренда |  |
| 3.2 Рекомендации по продвижению |  |
| 3.3 Основные мероприятия по продвижению бренда |  |
| **ЗАКЛЮЧЕНИЕ** |  |
| **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**  **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**  Стратегия продвижения бренда вуза представляет собой долгосрочный план развития, используемый образовательной организацией для создания своей идентичности и нахождения уникального положения в сознании целевой аудитории.  Отличительной особенностью стратегии продвижения бренда вуза на рынке образовательных услуг является относительно простое определение целевой аудитории.  Стратегия продвижения бренда вуза на рынке образовательных услуг имеет множество эффективных способов. Прежде всего, прямой маркетинг: участие в различных мероприятиях, которые привлекают целевую аудиторию: всевозможные образовательные и студенческие выставки и ярмарки вакансий.  Другим возможным способом обеспечения стратегии продвижения бренда вуза являются партнерские программы с университетами, предполагающие прямое взаимодействие со студентами университета.  **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**   1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. - М.: Экономика, 2017. - 519 с. 2. Архипов В.М. Виды и факторы, влияющие на формирование стратегии развития предприятий образовательной сферы/ В.М. Архипов. - СПб.: СПБГУЭФ, 2017. - 245 с. 3. Семёнова Е.В.Стратегия развития предприятия и пути обеспечения её сбалансированности: монография. – СПб: ИБИН, 2017. -90с 4. Методология оценки эффективности корпоративной стратегии предприятия: монография. - Екатеринбург: УрФУ, 2019. - 139 с. 5. Ткаченко, В.А. Основы конкурентных преимуществ в образовательной отрасли: монография / В.А. Ткаченко. – Д.: ДУЭП, Монолит, 2018. – 476 с. |  |
|  |  |