

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО  
УНИВЕРСИТЕТА»**

**КАФЕДРА МАРКЕТИНГА**

**Аннотация к дипломной работе**

**ПРОДВИЖЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ  
В СЕТИ ИНТЕРНЕТ**

**КЛЕПАЦКАЯ Юлия Сергеевна**

Руководитель  
Черченко Наталья Владимировна,  
кандидат экономических наук, доцент

Минск, 2021

Дипломная работа: 73 с., 24 рис., 14 табл., 64 источника, 2 прил.

## ОБРАЗОВАНИЕ, ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ, ПРОДВИЖЕНИЕ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ, КОММУНИКАЦИОННАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ, МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Цель дипломной работы является обоснование и разработка предложений по повышению коммуникационной эффективности продвижения образовательных услуг Института бизнеса БГУ.

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1. Изучить теоретические основы образовательной услуги и основные элементы комплекса продвижения образовательных услуг в сети Интернет;
2. Рассмотреть организационно-экономическую структуру Института бизнеса БГУ и инструменты интернет-маркетинга;
3. Исследовать элементы комплекса продвижения образовательных услуг Института бизнеса БГУ и их результативность.

Объект исследования – комплекс продвижения образовательных услуг в сети Интернет.

Предмет исследования – результативность продвижения образовательных услуг Института бизнеса БГУ в сети Интернет.

Методы исследования: сравнительного анализа, обобщение, SWOT-анализа, метод опроса, наблюдения, индукции и дедукции.

Область возможного практического применения: маркетинговая деятельность Института бизнеса БГУ.

Автор работы подтверждает, что приведённый в дипломной работе расчётно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

Thesis: 73 p., 24 fig., 14 tab., 64 sources, 2 app.

## EDUCATION, EDUCATIONAL SERVICES, PROMOTION ON THE INTERNET, COMMUNICATION EFFICIENCY, MARKETING COMMUNICATIONS, SOCIAL NETWORKS

The aim of the thesis is to substantiate and develop proposals to improve the communication efficiency of the promotion of educational services of the State Educational Institution «Institute of Business of BSU».

Within the framework of achieving this goal, the author set the following tasks:

1. To study the theoretical foundations of educational services and the main elements of the complex of promoting educational services on the Internet;
2. Consider the organizational and economic structure of the State Educational Institution "BSU Institute of Business" and Internet marketing tools;
3. To study the elements of the complex of promotion of educational services of the State Educational Institution "Institute of Business of BSU" and their effectiveness.

The object of the study is a complex of promoting educational services on the Internet.

The subject of the study is the effectiveness of the promotion of educational services of the State Educational Institution "Institute of Business of BSU" on the Internet.

Methods: comparative analysis, generalization, SWOT analysis, survey method, observation, induction and deduction.

Realm of the possible practical applications: marketing activities of the BSU Institute of Business.

Author of work confirms that the above thesis work in computational and analytical material correctly and objectively reflects the state of the process under investigation, and all borrowed from the literature and other sources of theoretical and methodological position and concepts accompanied by references to their authors.