Государственное учреждение образования

«Институт бизнеса и менеджмента технологий Белорусского государственного университета»

Кафедра бизнес-администрирования

Аннотация к дипломной работе

«Разработка стратегии Интернет-продвижения «Института бизнеса и менеджмента технологий БГУ» на международный рынок образовательных услуг»

А.В. Шарох

Руководитель В.В. Апанасович

2014

Дипломная работа: 90с., 9 рис., 2 табл., 64 источника, 10 прил.

СТРАТЕГИЯ ИНТЕРНЕТ-ПРОДВИЖЕНИЯ, ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ, МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ, ВЕБ-САЙТ, ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТА.

Объект исследования – Государственное учреждение образования «Институт бизнеса и менеджмента технологий БГУ» (далее – Институт бизнеса и менеджмента технологий БГУ, ИБМТ БГУ, Институт).

Предмет исследования – маркетинговая стратегия продвижения ИБМТ БГУ на международный рынок образовательных услуг.

Цель работы: анализ возможностей и эффективности продвижения программ Института на международный рынок образовательных услуг с помощью интернет-технологий, разработка на его основе стратегии интернет-продвижения ИБМТ БГУ.

Методы исследования: статистический, описательный, метод сравнения, логический и исторический анализ, метод системного анализа, комплексного исследования.

Исследования и разработки: определены основные возможности использования инструментов интернет-маркетинга в комплексе маркетинга вуза.

Элементы научной новизны: выработана стратегия интернет-продвижения англоязычной программы подготовки специалистов по профилю «бизнес-администрирование».

Область возможного практического применения: предложенная стратегия может быть применена на практике и внедрена в деятельность организации руководством предприятия и специалистами отдела маркетинга ИБМТ БГУ.

Технико-экономическая значимость: внедрение разработок повысит престиж Института в международном научном сообществе, даст возможность расширения рынков сбыта и увеличения объемов реализации услуг, повысит конкурентоспособность Института.

Автор работы подтверждает, что приведенные в ней расчётно-аналитический материал правильно и объективно отражают состояние исследуемого процесса, а заимствованные из литературных источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

Thesis: 90c. 9 Fig., Table 2., 64 sources, 10 adj.  
  
STRATEGY internet promotion, internet marketing, INTERNATIONAL MARKET OF EDUCATIONAL SERVICES, WEBSITE, site promotion tools.  
  
Object of study - State Educational Establishment "Institute of Business and Technology Management BSU" (hereinafter - the Institute of Business and Technology Management BSU BSU IBMT Institute).  
Subject of research - marketing strategy for advancing IBMT BSU to the international market of educational services.  
Objective: To analyze the capacity and effectiveness of promotion programs of the Institute on the international market of educational services through the use of Internet technologies, the development of a strategy based on its internet promotion IBMT BSU.  
Methods: statistical, descriptive method of comparison, logical, and historical analysis, the method of system analysis, a comprehensive study.  
Research and development: The basic possibility of using internet marketing tools in the marketing mix of the university.  
Elements of scientific novelty: a strategy of internet promotion of English training programs on profile "business administration."  
Realm of the possible practical applications: the proposed strategy can be applied and implemented in the organization and management of the company marketing team IBMT BSU.  
Techno-economic importance: the introduction of developments increase the prestige of the Institute of the international scientific community, will provide an opportunity to expand markets and increase sales of services, increase the competitiveness of the Institute.  
Copyright work confirms that the information they cash-analytical material correctly and objectively reflect the status of the test process, and borrowed from the literature theoretical and methodological terms and concepts are accompanied by references to their authors.