

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
Кафедра социальной коммуникации**

ФЕДОРОВИЧ
Дарья Владимировна

**ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ
В СФЕРЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
(на примере факультета философии и социальных наук)**

Реферат дипломной работы

Научный руководитель:
старший преподаватель
М.А. Кизима

Минск, 2017

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Объем дипломной работы составляет 62 страницы и включает 20 иллюстраций, 6 таблиц, два приложения и 35 использованных источников.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ, ЦЕЛЕВАЯ ГРУППА (АУДИТОРИЯ), ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ, МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ, ПРОДВИЖЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ, МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ, СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ, ИНТЕРНЕТ-ПРОДВИЖЕНИЕ, РЕКЛАМА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ.

Объектом дипломной работы являются интегрированные маркетинговые коммуникации в образовательной сфере.

Предметом изучения являются стратегии и инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций в образовательной сфере.

Цель данной дипломной работы - выявить особенности использования подхода интегрированных маркетинговых коммуникаций в образовательной сфере и разработать рекомендации по совершенствованию стратегии продвижения факультета философии и социальных наук, основываясь на данном подходе.

Методологическую основу дипломной работы составили общенаучные методы: метод анализа и синтеза, индукции и дедукции, а также частнонаучные, используемые при проведении социологических исследований (опросный метод).

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: определены сильные и слабые стороны факультета философии и социальных наук, а также угрозы и возможности для роста и развития. Разработан план продвижения факультета, использование на практике, которого позволит факультету наладить коммуникацию со всеми непосредственными целевыми аудиториями в условиях отсутствия бюджета. Также в рамках дипломной работы была проведена трехмесячная реализация проекта продвижения, результаты которой отражены в данной работе.

Новизна полученных результатов обусловлена отсутствием на факультете философии и социальных наук каких-либо маркетинговых мероприятий, направленных на продвижение, что необходимо для обеспечения конкурентоспособности. Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения. Материалы дипломной работы могут применяться в учебном процессе, а также при дальнейшей разработке программы интегрированных маркетинговых коммуникаций для факультета философии и социальных наук.

Материалы и результаты дипломной работы были получены на основании достоверных источников и самостоятельно проведенных теоретических и практических исследований.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Аб'ём дыпломнай работы складае 62 старонкі і ўключае 20 ілюстрацый, 6 табліц, два прыкладанні і 35 выкарыстаных крыніц.

Ключавыя словы: ІНТЭГРАВАНЫЯ МАРКЕТЫНГАВЫЯ КАМУНІКАЦЫІ, МЭТАВАЯ ГРУПА (АЎДЫТОРЫЯ), ВЫШЭЙШАЯ АДУКАЦЫЯ, МАРКЕТЫНГ У СФЕРЫ ВЫШЭЙШАЙ АДУКАЦЫІ, ПРАСОЎВАННЕ АДУКАЦЫЙНЫХ ПАСЛУГ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ КАМУНІКАЦЫІ, СТРАТЭГІІ ПРАСОЎВАННЯ, ІНТЭРНЭТ-ПРАСОЎВАННЕ, РЭКЛАМА АДУКАЦЫЙНЫХ ПАСЛУГ.

Аб'ектам дыпломнай работы з'яўляюцца інтэграваныя маркетынжавыя камунікацыі у адукацыйнай сферы.

Прадметам вывучэння з'яўляюцца стратэгіі і інструменты інтэграваных маркетынжавых камунікацый у адукацыйнай сферы.

Мэта дадзенай дыпломнай работы - выявіць асаблівасці выкарыстання падыходу інтэграваных маркетынжавых камунікацый у адукацыйнай сферы і распрацаваць рэкамендацыі па ўдасканаленні стратэгіі прасоўвання факультэта філасофіі і сацыяльных навук, грунтуючыся на дадзеным падыходзе.

Метадалагічную аснову дыпломнай работы склалі агульнанавуковыя метады: метады аналізу і сінтэзу, індукцыі і дэдукцыі, а таксама часнанавуковыя метады, якія выкарыстоўваюцца пры правядзенні сацыялагічных даследаванняў (апытальны метады).

У працэсе напісання дыпломнай работы былі атрыманы наступныя вынікі: вызначаны моцныя і слабыя бакі факультэта філасофіі і сацыяльных навук, а таксама пагрозы і магчымасці для росту і развіцця. Распрацаваны план прасоўвання факультэта, выкарыстанне на практыцы якога, дазволіць факультэту наладзіць камунікацыю з усімі непасрэднымі мэтавым, і аўдыторыямі, ва ўмовах адсутнасці бюджэту. Таксама ў рамках дыпломнай работы была праведзена трохмесячная рэалізацыя праекта прасоўвання, вынікі якой адлюстраваны у дадзенай працы.

Навізна атрыманых вынікаў абумоўлена адсутнасцю на факультэце філасофіі і сацыяльных навук якіх-небудзь маркетынжавых мерапрыемстваў, накіраваных на прасоўванне, што неабходна для забеспячэння канкурэнтаздольнасці. Атрыманая вынікі характарызуюцца шырокімі магчымасцямі тэарэтычнага і практычнага прымянення. Матэрыялы дыпломнай работы могуць прымяняцца у навучальным працэсе, а таксама пры далейшай

распрацоўцы праграмы інтэграваных маркетынговых камунікацый для факультэта філасофіі і сацыяльных навук.

Матэрыялы і вынікі дыпломнай працы былі атрыманы на падставе дакладных крыніц і самастойна праведзеных тэарэтычных і практычных даследаванняў.

GRADUATE THESIS SUMMARY

Total scope of the thesis is 62 pages and includes 20 illustrations, 6 tables, 2 applications and 35 references.

KEYWORDS: INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION, TARGET GROUP (AUDIENCE), HIGHER EDUCATION, MARKETING IN HIGHER EDUCATION, PROMOTION OF EDUCATIONAL SERVICES, MARKETING COMMUNICATIONS, PROMOTION STRATEGY, INTERNET PROMOTION, ADVERTISING OF THE EDUCATIONAL SERVICES.

The object of the research is integrated marketing communication in the educational sphere.

The subject of the research is the strategy and tools of integrated marketing communications in the educational sphere.

The purpose of the research is to identify the features of the approach of integrated marketing communications in the educational sphere and to develop recommendations to improve the promotion strategy of the faculty of philosophy and social Sciences based on this approach.

Methods of research. The methodological basis of the diploma made up of general scientific methods: analysis and synthesis, induction and deduction as well as special scientific to be used when conducting sociological research (survey method).

The following results were obtained in the process of writing of the thesis: identified strengths and weaknesses of the faculty of philosophy and social Sciences, as well as threats and opportunities for growth and development. There were recommendations developed to promote faculty using the practice, which will allow the department to establish direct communication with all target audiences in terms of lack of budget. In addition, as part of the diploma thesis three months of the project implementation progress was conducted, the results of which are reflected in this work. The novelty of the obtained results is due to the lack of any marketing activities at the faculty of philosophy and social sciences aimed at the promotion which is necessary to ensure competitiveness. The obtained results are characterized by wide possibilities of theoretical and practical applications. Diploma materials can be applied to educational process, as well as in the further development of the program of integrated marketing communications for the faculty of philosophy and social Sciences. The materials and results of the diploma are based on reliable sources and independently carried out by theoretical and practical research.