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

**Факультет бизнеса**

**Кафедра бизнес-администрирования**

**Аннотация к дипломной работе**

**разработка стратегии подвижения образовательных услуг программ дополнительного образования в ГУО «институт бизнеса и менеджмента технологий» бгу**

МИНДИБАЕВ Юрий Фуатович

Руководитель

Гопка Елена Алексеевна,

старший преподаватель

2018

Дипломная работа: 86 с., 22 рис., 22 табл., 63 источника, 7 прил.

МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, СЕГМЕНТИРОВАНИЕ, МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ, ПРОГРАММА, АНАЛИЗ

Целью дипломной работы является проведение маркетингового исследования и разработка стратегии продвижения образовательных услуг программ дополнительного образования.

В рамках достижения поставленной цели автором были поставлены следующие задачи:

1. Изучить теоретические основы маркетинга образовательных услуг;

2. Провести маркетинговый анализ образовательных услуг программ дополнительного образования;

3. Разработать стратегию продвижения образовательных услуг программ дополнительного образования.

Объект исследования: образовательные услуги программ дополнительного образования.

Предмет исследования: продвижение образовательных услуг программ дополнительного образования

Методы исследования: сравнительного анализа, SWOT-анализа, метод опроса, метод экспертной оценки.

Область возможного практического применения: маркетинговая деятельность Института бизнеса и менеджмента технологий БГУ.

Автор работы подтверждает, что приведенный в дипломной работе расчетно-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: 86 pp., 22 pic., 22 tablets, 63 sources, 7 app.

MARKETING, MARKETING RESEARCH, SEGMENTATION, MARKETING COMMUNICATIONS, PROGRAM, ANALYSIS

The aim of the thesis is to conduct a marketing research and develop a strategy for promoting the educational services of supplementary education programs.

In pursuit of this goal the author has the following objectives:

1. To study theoretical bases of marketing of educational services;

2. Carry out a marketing analysis of the educational services of supplementary education programs;

3. Develop a strategy for promoting the educational services of supplementary education programs.

Object of research: educational services of supplementary education programs.

Subject of the research: promotion of educational services of additional education programs.

Methods: comparative analysis, SWOT analysis, survey method, peer review method.

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

The author of the paper confirms that the calculation and analytical material given in the diploma work correctly and objectively reflects the state of the process under investigation, and all theoretical, methodological and methodological positions and concepts borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.

Дыпломная праца: 86 с., 22 мал., 22 табл., 63 крыніцы, 7 прым.

МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ ДАСЛЕДАВАННІ, СЕГМЕНТАВАННЕ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ КАМУНІКАЦЫІ, ПРАГРАМА, АНАЛІЗ

Мэтай дыпломнай працы з'яўляецца правядзенне маркетынгавага даследавання і распрацоўка стратэгіі прасоўвання адукацыйных паслуг праграм дадатковай адукацыі.

У рамках дасягнення пастаўленай мэты аўтарам былі пастаўлены наступныя задачы:

1. Вывучыць тэарэтычныя асновы маркетынгу адукацыйных паслуг;

2. Правесці маркетынгавы аналіз адукацыйных паслуг праграм дадатковай адукацыі;

3. Распрацаваць стратэгію прасоўвання адукацыйных паслуг праграм дадатковай адукацыі.

Аб'ект даследавання: адукацыйныя паслугі праграм дадатковай адукацыі.

Прадмет даследавання: прасоўванне адукацыйных паслуг праграм дадатковай адукацыі

Метады даследавання: параўнальнага аналізу, SWOT-аналізу, метад апытання, метад экспертнай ацэнкі.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: маркетынгавая дзейнасць Інстытута бізнесу і менеджменту тэхналогій БДУ.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў дыпломнай працы разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.