

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

ГОРЕВАЯ
Елизавета Сергеевна

**КРЕАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ
ИМИДЖА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ КУРСОВ
ДЛЯ АБИТУРИЕНТОВ)**

Дипломная работа

Научный руководитель –
кандидат филологических наук
А.А. Науменко

Допущена к защите
«__» _____ 2021 г.
Зав. кафедрой, кандидат
филологических наук, доцент Ю. Н. Лукьянюк

Минск, 2021

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа содержит 44 страницы, 9 рисунков, 41 источник, 9 приложений.

КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ, КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИМИДЖ, РЕКЛАМНАЯ КОММУНИКАЦИЯ, PR, ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ, КРЕАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.

Объект исследования - имидж образовательных услуг.

Предмет исследования - креативные технологии и особенности позиционирования имиджа образовательных услуг (на примере курсов для абитуриентов).

Цель дипломной работы – выявление механизмов, необходимых для эффективного позиционирования имиджа образовательных услуг с помощью креативных технологий.

Методы исследования: анализ, синтез, дедукция, сравнение, анкетный опрос.

Полученные результаты и их новизна: выявлены существенные характеристики понятия «имидж образовательных услуг» в современной организации; выделены особенности формирования имиджа в организациях сферы услуг; исследовано формирование имидже образовательных центров «Адукар» и «100ЦТ»; проанализированы эффективные и неэффективные технологии формирования имиджа «Адукар» и «100 ЦТ», что подтверждает актуальность выбранной темы; предложены рекомендации по улучшению имиджа образовательных центров «Адукар» и «100ЦТ».

Новизна работы заключается в анализе деятельности крупнейших белорусских курсов для подготовки к централизованному тестированию, обнаружении эффективных методов формирования имиджа организации, предоставляющей образовательные услуги.

Результаты дипломного исследования имеют практическую значимость. Они могут стать теоретической и практической базой для дальнейшего исследования по теме формирования имиджа образовательных услуг, а также для реального повышения эффективности и конкурентоспособности образовательных центров «Адукар» и «100 ЦТ».

Автор работы подтверждает достоверность материалов и результатов дипломной работы, а также самостоятельность ее выполнения.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ ПРАЦЫ

Дыпломная праца ўтрымлівае 44 старонкі, 9 мал., 41 крыніцу, 9 дададкаў.

КАМУНІКАТЫЎНАЙ СТРАТЭГІІ, КАМУНІКАТЫЎНЫЯ ТЭХНАЛОГІІ, ІМІДЖ, РЭКЛАМНАЯ КАМУНІКАЦЫЯ, PR, МЭТАВАЙ АЎДЫТОРЫІ, КРЭАТЫЎНЫЯ ТЭХНАЛОГІІ.

Аб'ект даследавання – імідж адукацыйных паслуг.

Прадмет даследавання – крэатыўныя тэхналогіі і асаблівасці пазіцыянавання іміджу адукацыйных паслуг (на прыкладзе курсаў для абітурыентаў).

Мэта дыпломнай працы – вызначэнне механізмаў, неабходных для эфектыўнага пазіцыянавання іміджу адукацыйных паслуг з дапамогай крэатыўных тэхналогій.

Метады даследавання: аналіз, сінтэз, дэдукцыя, параўнанне, анкетнае апытанне.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: выяўленыя сутнасныя характарыстыкі паняцця «імідж адукацыйных паслуг» у сучаснай арганізацыі; вылучаныя асаблівасці фарміравання іміджу ў арганізацыях сферы паслуг; даследавана фарміравання іміджу адукацыйных цэнтраў «Адукар» і «100ЦТ»; прааналізаваныя эфектыўныя і неэфектыўныя тэхналогіі фарміравання іміджу «Адукар» і «100 ЦТ», што пацвярджае актуальнасць абранай тэмы; прапанаваны рэкамендацыі па паляпшэнні іміджу адукацыйных цэнтраў «Адукар» і «100ЦТ».

Навізна працы складаецца ў аналізе дзейнасці буйнейшых беларускіх курсаў для падрыхтоўкі да цэнтралізаванага тэсціравання, выяўленні эфектыўных метадаў фарміравання іміджу арганізацыі, якая прадстаўляе адукацыйныя паслугі.

Вынікі дыпломнага даследавання маюць практычную значнасць. Яны могуць стаць тэарэтычнай і практычнай базай для далейшага даследавання па тэме фарміравання іміджу адукацыйных паслуг, а таксама для рэальнага павышэння эфектыўнасці і канкурэнтаздольнасці адукацыйных цэнтраў «Адукар» і «100 ЦТ».

Аўтар працы пацвярджае пэўнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы, а таксама самастойнасць яе выканання.

SUMMARY OF THE DIPLOMA THESIS

Thesis contains 44 pages, 9 figures, 41 sources, 9 appendices.
COMMUNICATIVE STRATEGY, COMMUNICATIVE TECHNOLOGIES,
IMAGE, ADVERTISING COMMUNICATION, PR, TARGET AUDIENCES,
CREATIVE TECHNOLOGIES.

The object of the research is the image of educational services.

The subject of the research is creative technologies and features of positioning the image of educational services (for example, courses for applicants).

The purpose of the thesis is to identify the mechanisms necessary for the effective positioning of the image of educational services using creative technologies.

Research methods: analysis, synthesis, deduction, comparison, questionnaire survey.

The results obtained and their novelty: revealed the essential characteristics of the concept of "image of educational services" in a modern organization; the features of the formation of the image in the organizations of the service sector are highlighted; the formation of the image of the educational centers "Adukar" and "100CT" was investigated; the effective and ineffective technologies of image formation "Adukar" and "100 CT" have been analyzed, which confirms the relevance of the chosen topic; recommendations for improving the image of the educational centers "Adukar" and "100CT" were proposed.

The novelty of the work lies in the analysis of the activities of the largest Belarusian courses to prepare for centralized testing, the discovery of effective methods of forming the image of an organization providing educational services.

The results of the diploma research are of practical importance. They can become a theoretical and practical basis for further research on the formation of the image of educational services, as well as for a real increase in the efficiency and competitiveness of the educational centers "Adukar" and "100 CT".

The author of the work confirms the reliability of the materials and results of the thesis, as well as the independence of its implementation.