

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

КАФЕДРА БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Аннотация к дипломной работе

**РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ДЛЯ
ПРОДВИЖЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ ОБЩЕГО
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ИНСТИТУТА БИЗНЕСА БГУ**

ГАЙНУТДИНОВА Яна Рафаэлевна

**Руководитель:
Евменчик Оксана Сергеевна
старший преподаватель**

Минск, 2024

АННОТАЦИЯ

Дипломная работа: 67 с., 14 рис., 11 табл., 55 источников, 1 прил.

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, АНАЛИЗ, ОБЩЕЕ ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ, МЕРОПРИЯТИЯ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ УЗНАВАЕМОСТИ, АНАЛИТИКА, ПРОДВИЖЕНИЕ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ.

Объект исследования – Институт бизнеса БГУ.

Предмет исследования – маркетинговая стратегия.

Цель работы: разработка маркетинговой стратегии для продвижения образовательных программ общего высшего образования Института бизнеса БГУ.

Методы исследования: анализ и синтез, структурирование и систематизация материала, табличный метод, системный подход, расчетно-аналитический.

Исследования и разработки: на основе изучения теоретических и практических вопросов продвижения образовательных программ общего высшего образования, изучения их видов и методик расчета, а также на основе проведенного экономического анализа показателей эффективности и конкурентоспособности предложена маркетинговая стратегия. Также дана оценка ожидаемого экономического эффекта.

Элементы научной новизны: предложена и обоснована осуществимая маркетинговая стратегия для продвижения образовательных программ общего высшего образования.

Область возможного практического применения: маркетинговая стратегия может быть использована в деятельности Института.

Технико-экономическая, социальная и (или) экологическая значимость: реализация рекомендаций автора будет способствовать продвижению образовательных программ, а, следовательно, узнаваемости и конкурентоспособности Института бизнеса БГУ.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней 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.

ANNOTATION

Thesis: 67 pages, 14 figures, 11 tables, 55 sources, 1 appendices.

MARKETING STRATEGY, ANALYSIS, GENERAL HIGHER EDUCATION, EVENTS TO INCREASE AWARENESS, ANALYTICS, PROMOTION, SOCIAL NETWORKS.

The object of the study is School of Business of BSU.

The subject of the study is marketing strategy.

Purpose of the work: development of a marketing strategy to promote educational programs of general higher education at the School of Business of BSU.

Research methods: analysis and synthesis, structuring and systematization of material, tabular method, systematic approach, calculation and analytical.

Research and development: based on the study of theoretical and practical issues of promoting educational programs of general higher education, studying their types and calculation methods, as well as on the basis of an economic analysis of efficiency and competitiveness indicators, a marketing strategy was proposed. An assessment of the expected economic effect is also given.

Elements of scientific novelty: a feasible marketing strategy for promoting educational programs of general higher education is proposed and justified.

Area of possible practical application: the marketing strategy can be used in the activity of School of Business of BSU.

Technical, economic, social and (or) environmental significance: the implementation of the author's recommendations will contribute to the promotion of educational programs, and, consequently, the recognition and competitiveness of the School of Business of BSU.

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

(student's signature)