

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

МАРКЕТИНГ

Аннотация к дипломной работе

**МОТИВАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ И
НАПРАВЛЕНИЕ ЕЁ ПОВЫШЕНИЯ**

Фахриев Зафар Равшанович

Научный руководитель:
магистр экономики и управления,
ст. преподаватель
Е.М.Бурак

Минск, 2024

Дипломная работа: 66 с., 5 табл., 5 рис., 52 ист.

ПОТРЕБИТЕЛИ, ПОТРЕБНОСТИ, МОТИВЫ, ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, МОТИВАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ, ПОТРЕБИТЕЛИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Целью дипломной работы является разработка рекомендаций по повышению мотивации потребителей образовательных услуг.

Достижение поставленной цели предусматривает постановку и решение следующих задач:

- 1) изучить теоретические аспекты концепции мотивации потребителей в маркетинге;
- 2) провести анализ и дать оценку мотивации потребителей образовательных услуг в частной школе НОУ «GLC»;
- 3) определить перспективные направления и разработать рекомендации по повышению результативности использования маркетинговых инструментов для мотивации потребителей образовательных услуг.

Объектом исследования является мотивация потребителей.

Предметом исследования выступает мотивация потребителей образовательных услуг в частной школе НОУ «GLC».

Целью дипломной работы является разработка рекомендаций по повышению мотивации потребителей образовательных услуг.

Методы исследования: метод систематизации и логического обобщения информации, метод сравнительного анализа, метод группировок, метод коэффициентов, методы наглядного отображения информации и др.

Область возможного применения: деятельность образовательных учреждений.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого объекта, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

Thesis: 66 pp., 5 tables, 5 figures, 52 sources.

CONSUMERS, NEEDS, MOTIVES, CONSUMER BEHAVIOR, CONSUMER MOTIVATION, EDUCATIONAL SERVICES, CONSUMERS OF EDUCATIONAL SERVICES

The purpose of the thesis is to develop recommendations for increasing the motivation of consumers of educational services.

Achieving this goal involves setting and solving the following tasks:

- 1) study the theoretical aspects of the concept of consumer motivation in marketing;
- 2) conduct an analysis and assess the motivation of consumers of educational services in the private school NOU GLC;
- 3) identify promising areas and develop recommendations for increasing the effectiveness of using marketing tools to motivate consumers of educational services.

The object of the study is consumer motivation.

The subject of the study is the motivation of consumers of educational services in the private school NOU GLC.

The purpose of the thesis is to develop recommendations for increasing the motivation of consumers of educational services.

Research methods: method of systematization and logical generalization of information, method of comparative analysis, method of groupings, method of coefficients, methods of visual display of information, etc.

Area of possible application: activities of educational institutions.

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

Дыпломная праца: 66 с., 5 табл., 5 мал., 52 крын.

СПАЖЫЎЦЫ, ЗАПАТРАБАВАННІ, МАТЫВЫ, ПАВОДЗІНЫ СПАЖЫЎЦОЎ, МАТЫВАЦЫЯ СПАЖЫЎЦОЎ, АДУКАЦЫЙНЫЯ ПАСЛУГІ, СПАЖЫВАЛЬНІКІ АДУКАЦЫЙНЫЯ ПАСЛУГІ

Мэтай дыпломнай работы з'яўляецца распрацоўка рэкамендацый па павышэнні матывацыі спажыўцоў адукацыйных паслуг.

Дасягненне пастаўленай мэты прадугледжвае пастаноўку і вырашэнне наступных задач:

1) вывучыць тэарэтычныя аспекты канцэпцыі матывацыі спажыўцоў у маркетынгу;

2) правесці аналіз і даць ацэнку матывацыі спажыўцоў адукацыйных паслуг у прыватнай школе НУУ GLC;

3) вызначыць перспектывыя напрамкі і распрацаваць рэкамендацыі па павышэнні рэзультатыўнасці выкарыстання маркетынговых інструментаў для матывацыі спажыўцоў адукацыйных паслуг.

Аб'ектам даследавання з'яўляецца матывацыя спажыўцоў.

Прадметам даследавання выступае матывацыя спажыўцоў адукацыйных паслуг у прыватнай школе НУУ GLC.

Мэтай дыпломнай работы з'яўляецца распрацоўка рэкамендацый па павышэнні матывацыі спажыўцоў адукацыйных паслуг.

Метады даследавання: метады сістэматызацыі і лагічнага абагульнення інфармацыі, метады параўнальнага аналізу, метады груповак, метады каэфіцыентаў, метады нагляднага адлюстравання інфармацыі і інш.

Галіна магчымага прымянення: дзейнасць адукацыйных устаноў.

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