

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ БЕЛОРУССКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Кафедра педагогики и проблем развития образования БГУ

ПЕТРЕНКО Виктория Георгиевна

**ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО БРЕНДА
УЧРЕЖДЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВЗРОСЛЫХ**

Магистерская диссертация

Научный руководитель:
Г.В. Пальчик
доктор педагогических наук,
профессор

Допущена к защите
«___» _____ 20__ г.
Заведующий кафедрой _____
доктор педагогических наук,
профессор Г.В. Пальчик

Минск, 2025

АННОТАЦИЯ

Структура и объем магистерской диссертации работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и пяти приложений, 54 страницы.

Ключевые слова «брендинг», «бренд», продвижение образовательных услуг, формирование позитивного имиджа, SWOT-анализ.

Текст реферата рассматривается «брендинг» учреждений дополнительного образования взрослых в современных социально-экономических реалиях. Через понятие «бренд» формируется имидж учреждений образования на рынке оказания образовательных услуг. Анализируются основные направления продвижения образовательных услуг.

Объект исследования система дополнительного образования взрослых.

Предмет исследования технология образовательного брендинга в учреждении дополнительного образования взрослых.

Цель исследования формирование имиджа учреждений дополнительного образования взрослых в условиях развития информационного общества.

Методы исследования в работе использовались методы сбора, анализа информации, сравнительно-сопоставимый анализ данных, изучение документации, экспертная оценка, анкетирование.

Полученные результаты и их новизна теоретическая значимость проекта состоит в том, что проведенное исследование, накопленный и обработанный материал способствует повышению эффективности работы в вопросе создания бренда учреждения дополнительного образования взрослых.

Достоверность материалов и результатов магистерской диссертации достоверность и обоснованность результатов исследования подтверждена выходными данными, полученными после результата проведенного исследования.

Область возможного практического применения практическая значимость работы в возможности ее использования как основы для разработки программы развития учреждения дополнительного образования взрослых.

АНАТАЦЫЯ

Структура і аб'ём магістарскай дысертацыі праца складаецца з увядзення, трох раздзелаў, заключэння, спісу літаратуры і пяці прыкладанняў, 37 старонак.

Ключавыя словы "брэндынг", "брэнд", прасоўванне адукацыйных паслуг, фарміраванне пазітыўнага іміджу, SWOT-аналіз.

Тэкст рэферата разглядаецца "брэндынг" устаноў дадатковай адукацыі дарослых у сучасных сацыяльна-эканамічных рэаліях. Праз паняцце "брэнд" фарміруецца імідж устаноў адукацыі на рынку аказання адукацыйных паслуг. Аналізуюцца асноўныя напрамкі прасоўвання адукацыйных паслуг.

Аб'ект даследавання сістэма дадатковай адукацыі дарослых.

Прадмет даследавання тэхналогія адукацыйнага брэндынгу ва ўстанове дадатковай адукацыі дарослых.

Мэта даследавання фарміраванне іміджу ўстаноў дадатковай адукацыі дарослых ва ўмовах развіцця інфармацыйнага грамадства.

Метады даследавання у працы выкарыстоўваліся метады збору, аналізу інфармацыі, параўнальна-супастаўны аналіз дадзеных, вывучэнне дакументацыі, экспертная ацэнка, анкетаванне.

Атрыманыя вынікі і іх навізна Тэарэтычная значнасць праекту складаецца ў тым, што праведзенае даследаванне, назапашаны і апрацаваны матэрыял спрыяе падвышэнню эфектыўнасці працы ў пытанні стварэння брэнда ўстановы дадатковай адукацыі дарослых.

Дакладнасць матэрыялаў і вынікаў магістарскай дысертацыі дакладнасць і абгрунтаванасць вынікаў даследавання пацверджана выходнымі дадзенымі, атрыманымі пасля выніку праведзенага даследавання.

Вобласць магчымага практычнага прымянення практычная значнасць работы ў магчымасці яе выкарыстання як асновы для распрацоўкі праграмы развіцця ўстановы дадатковай адукацыі дарослых.

ANNOTATION

Structure and volume of the master's thesis the work consists of an introduction, three chapters, a conclusion, a list of references and five appendices, 37 pages.

Key words “branding”, “brand”, promotion of educational services, formation of a positive image, SWOT analysis.

The text of the abstract The text of the abstract examines the “branding” of institutions of further education for adults in modern socio-economic realities. Through the concept of “brand” the image of educational institutions is formed in the market for the provision of educational services. The main directions of promotion of educational services are analyzed.

The object of the study is system of additional education for adults.

The subject of the study is educational branding technology in an institution of additional adult education.

The purpose of the study is to form the image of institutions of additional adult education in the conditions of the development of the information society.

Research methods the work used methods of collecting and analyzing information, comparative data analysis, studying documentation, expert assessment, and questioning.

The results obtained and their novelty the theoretical significance of the project is that the research conducted, the accumulated and processed material helps to increase the efficiency of work in creating a brand for an institution of further education for adults.

The reliability of the materials and results of the master's thesis, the reliability and validity of the research results are confirmed by the output data obtained after the results of the research.

Area of possible practical application the practical significance of the work lies in the possibility of its use as the basis for developing a program for the development of an institution of further education for adults.