

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«Система маркетингових комунікацій підприємства та можливі шляхи її вдосконалення»

Виконала: здобувач 2 курсу,
групи МГ-18вм
Спеціальності 075 Маркетинг
Товкун Катерина Володимирівна
Керівник: Мішустіна Т.С.,
канд. екон.наук, доцент

Дніпро

2020

АНОТАЦІЯ

Товкун К.В. Система маркетингових комунікацій підприємства та можливі шляхи її вдосконалення.

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи маркетингової комунікаційної діяльності у сфері освітніх послуг. Здійснено аналіз маркетингового середовища ЗВО «Університет імені Альфреда Нобеля», проаналізовано ринок освітніх послуг України, надано рекомендації щодо ефективних засобів маркетингових комунікацій, розроблено напрями підвищення ефективності системи маркетингових комунікацій Університету імені Альфреда Нобеля.

Ключові слова: освітні послуги, ринок освітніх послуг, маркетингові комунікації, реклама, стимулювання збуту, зв'язки з громадкістю, прямий маркетинг, інтернет-маркетинг, виставки та ярмарки, ефективність комунікацій.

SUMMARY

Tovkun K.V. Enterprise marketing communication system and some ways of its improvement.

The qualification work deals with theoretical and methodological foundations of marketing communication activities in the field of educational services. An analysis of the marketing environment of Alfred Nobel University was carried out, the market of educational services in Ukraine was analyzed, recommendations on effective means of marketing communications were given, and directions for improving the efficiency of the marketing communications system of Alfred Nobel University were developed.

Keywords: educational services, educational services market, marketing communications, advertising, sales promotion, public relations, direct marketing, internet marketing, exhibitions and fairs, communication efficiency.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ.....	9
1.1. Сутність та види маркетингових комунікацій	9
1.2. Значення та роль маркетингових комунікацій у сфері освітніх послуг	22
1.3. Методи оцінки ефективності маркетингових комунікацій у закладах вищої освіти	29
РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА І АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ЗВО «УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ»	37
2.1. Характеристика діяльності та внутрішнього середовища ЗВО «Університет імені Альфреда Нобеля»	37
2.2. Аналіз ринку, на якому діє заклад освіти	52
2.3. Аналіз зовнішнього середовища ЗВО «Університет імені Альфреда Нобеля»	55
2.3.2. Аналіз макросередовища (PEST-аналіз).....	63
2.3.3. SWOT-аналіз ЗВО «Університет імені Альфреда Нобеля».....	64
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ	68
3.1. Аналіз системи маркетингових комунікацій Університету імені Альфреда Нобеля	68
3.2. Шляхи удосконалення системи маркетингових комунікацій університету	76
3.3. Оцінка ефективності запропонованих заходів.....	83
ВИСНОВКИ.....	92
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	97
ДОДАТКИ.....	102