

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

**« Вплив міжнародної співпраці на формування
позитивного іміджу підприємства (на прикладі бізнес-
школи IBS) »**

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГ-21

Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Скопець Єлизавета Сергіївна

ПІБ

Керівник: : Мішустіна Т.С. к.е.н, доцент

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро

2025

АНОТАЦІЯ

Скопец Є.С. Вплив міжнародної співпраці на формування позитивного іміджу підприємства (на прикладі бізнес-школи IBS)

В кваліфікаційній роботі бакалавра Досліджено теоретичні основи формування корпоративного іміджу. Проведено аналіз маркетингового середовища IBS, виявлено слабкі сторони — низький рівень digital-присутності та нестачу англomовного контенту. Розроблено рекомендації щодо покращення іміджу через SEO-лендінги, англomовний онлайн-курс, подкасти, LinkedIn, email-воронки та активізацію участі у програмі Erasmus+. Стратегія спрямована на підвищення конкурентоспроможності IBS на міжнародному рівні.

Ключові слова: *корпоративний імідж, міжнародна співпраця, digital-маркетинг, маркетингова стратегія, SEO, LinkedIn, email-маркетинг, Erasmus+, бізнес-школа IBS.*

SUMMARY

Skopets Y.S. The impact of international cooperation on the formation of a positive image of the enterprise (on the example of the IBS business school)

The study explores theoretical foundations of corporate image formation in international marketing. It analyzes IBS's marketing environment, identifying weaknesses such as low digital presence and lack of English content. Recommendations include SEO landing pages, an English online course, podcasts, LinkedIn development, email funnels, and increased participation in the Erasmus+ program. The strategy aims to enhance IBS's competitiveness at the international level.

Keywords: corporate image, international cooperation, digital marketing, marketing strategy, SEO, LinkedIn, email marketing, Erasmus+, IBS Business School

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОГО ІМІДЖУ.....	8
1.1. Поняття та значення корпоративного іміджу у міжнародному маркетингу.....	8
1.2. Вплив міжнародної співпраці на формування іміджу підприємства.....	13
1.3. Теоретичні моделі формування корпоративного іміджу.....	18
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ БІЗНЕС-ШКОЛИ IBS.....	30
2.1 Загальна характеристика бізнес-школи.....	30
2.2. Порівняльний аналіз міжнародного іміджу бізнес-шкіл (benchmarking).....	35
2.3. Аналіз маркетингових комунікацій бізнес-школи.....	46
2.4. SWOT-аналіз міжнародного іміджу бізнес-школи.....	61
РОЗДІЛ 3. ПРИКЛАДНА ЧАСТИНА. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІМІДЖУ БІЗНЕС-ШКОЛИ IBS.....	68
3.1. Визначення проблем та аналіз поточного стану.....	68
3.2. Розробка заходів щодо вдосконалення міжнародного іміджу.....	76
3.3. Економічна оцінка запропонованих заходів.....	88
ВИСНОВКИ	106
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	109
ДОДАТКИ.....	113