

РЕФЕРАТ

магістерської роботи

«Особливості управління маркетинговою діяльністю закладу вищої освіти»

здобувача вищої освіти

другого (магістерського) рівня вищої освіти

спеціальності 073 Менеджмент

освітньо-професійної програми Управління навчальним закладом

Лісовського Віталія Івановича

Обсяг роботи - 90 сторінок. **Кількість рисунків** – 3. **Кількість таблиць** – 3.
Список використаних джерел – 62. **Додатки** – 1.

Об'єкт дослідження – маркетингова діяльність закладів вищої освіти.

Предмет дослідження – особливості управління маркетинговою діяльністю закладів вищої освіти.

Мета дослідження – полягає у визначенні особливостей системи управління маркетинговою діяльністю закладів вищої освіти та розробці заходів щодо її вдосконалення.

Для досягнення мети дослідження були визначені такі **завдання**: схарактеризувати сутність поняття «маркетинг» та «маркетингова діяльність» та визначити роль маркетингової діяльності в управлінні закладом вищої освіти; описати технологію управління маркетинговою діяльністю закладу вищої освіти; провести аналіз маркетингового середовища діяльності закладу вищої освіти; розробити рекомендації щодо удосконалення системи управління маркетинговою діяльністю в закладах вищої освіти.

Для вирішення поставлених завдань використовувалися **методи дослідження**, такі як: теоретичні методи – проблемний аналіз для узагальнення теоретичних питань, наукових концепцій, розробок і пропозицій вітчизняних і зарубіжних учених щодо маркетингової діяльності закладу освіти; системний аналіз для визначення та опису поняттєво-категоріального апарату, структури, обґрунтування сутності, тенденцій, суперечностей, закономірностей і принципів управління маркетинговою діяльністю закладу освіти; метод організаційно-системного моделювання для розробки структури відділу маркетингової діяльності в закладу вищої освіти, опису окремих її складових; системно-узагальнюючий метод для формулювання висновків за результатами дослідження; емпіричні для здійснення аналізу маркетингового середовища діяльності закладу вищої освіти.

Теоретичне значення полягає в тому, що в ньому систематизовано теоретичні основи системи управління маркетинговою діяльністю закладу вищої освіти.

Практичне значення отриманих результатів дослідження полягає в тому, що представлені рекомендації щодо удосконалення системи управління маркетинговою діяльністю в закладах вищої освіти можуть бути використані керівниками закладів післядипломної освіти та закладів вищої освіти.

Висновки: проведено дослідження маркетингового середовища Сумського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти, використовуючи метод SWOT-аналізу дав змогу визначити сильні та слабкі сторони, можливості та загрози, які вказали на необхідність вдосконалення структури управління маркетингом з погляду забезпечення ефективних взаємозв'язків його підрозділів та необхідність вивчення, місця, ролі і можливостей інституту на ринку освітніх послуг. На вирішення даної проблеми були розроблені рекомендації щодо удосконалення системи управління маркетинговою діяльністю інституту шляхом впровадження відділу маркетингу, розробки маркетингової стратегії, вдосконалення діяльності методичної служби в напрямку проведення маркетингових досліджень в напрямку підвищення кваліфікації.

Ключові слова і словосполучення: маркетингова діяльність, управління, заклад вищої освіти, особливості управління.