**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Солоповой Натальи Евгеньевны**

**«ПРОДВИЖЕНИЕ ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ (НА ПРИМЕРЕ ТАМБОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМ. Г.Р. ДЕРЖАВИНА)»**

**Н. рук. – Шаркова Екатерина Андреевна, к. полит. н, ст. преподаватель Кафедра связей с общественностью в бизнесе**

**Заочная форма обучения**

**Актуальность** обусловлена тем, что сегодня вузы являются участниками, формирующими образовательную среду, и акторами рынка образовательных услуг. Рыночные условия, конкуренция требуют от высших учебных заведений организации эффективных коммуникаций и маркетинговой деятельности. Существует необходимость изучения регионального рынка образовательных услуг, технологий их продвижения и исследования коммуникативной деятельности Тамбовского государственного университета им. Г.Р. Державина.

**Новизна** работы связана с проведением комплексного анализа коммуникаций как средств продвижения Тамбовского государственного университета им. Г.Р. Державина на региональном уровне.

**Цель** дипломной работы $-$ выявить особенности технологического процесса продвижения образовательных услуг вуза на региональном уровне.

Для достижения цели поставлены следующие **задачи**: определить основные методологические подходы к проблеме продвижения образовательных услуг на региональном уровне; выработать методологию эмпирического исследования; выявить инструменты PR-продвижения Тамбовского государственного университета; проанализировать имидж Тамбовского государственного университета как объекта и субъекта продвижения на региональном уровне, дать оценку состоянию и выявить основные проблемы; проанализировать опыт PR-службы вуза по созданию имиджа и технологический процесс по продвижению образовательных услуг в Тамбовской области; разработать на основе проведенного анализа практические рекомендации по эффективному конструированию позитивного имиджа Тамбовского государственного университета им. Г.Р. Державина на рынке образовательных услуг Тамбовской области.

**Объектом исследования** является процесс продвижения образовательных услуг на региональном уровне на примере Тамбовской области.

Для решения поставленных задач исследования использовались следующие **методы**: экспертные интервью, анализ корпоративных и нормативных документов, SWOT-анализ, анализ информационных сообщений на официальном сайте ТГУ и в социальных сетях, контент-анализ СМИ, включенное наблюдение, анкетные опросы.

**Теоретико-методологическая база** представлена 77 источниками, из которых литература $-$22, статьи $– $39, документы$ - $8, интернет-ресурсы$ –$ 8 источников. В качестве **эмпирической базы** выступают экспертные интервью, корпоративные документы, СМИ, материалы официального сайта и публичных страниц в социальных сетях, анкетные данные.

Работа состоит из двух глав, в первой главе рассматриваются теоретические аспекты работы. Во второй главе автор проводит эмпирическое исследование продвижения образовательных услуг ТГУ им. Державина на региональном уровне.