

МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ В ЗАКЛАДАХ ОСВІТИ

Клімов М.В., Заруба В.Я.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Маркетингові інновації в закладах освіти відіграють важливу роль у залученні студентів, підвищенні привабливості навчального закладу, підтримці репутації і досягненні конкурентних переваг. Освітні інституції, такі як школи, коледжі, університети, постійно стикаються з необхідністю привертати студентів і забезпечувати їм якісну освіту.

Використання технологій для створення персоналізованих програм навчання і підтримки студентів. Це може включати індивідуальні навчальні плани, онлайн-кураторство, дистанційні курси та інше.

Використання цифрових маркетингових інструментів, таких як соціальні медіа, контент-маркетинг, електронна пошта, рекламні кампанії в Інтернеті для привертання уваги потенційних студентів. Такі кампанії можуть бути спрямовані на підвищення свідомості про навчальний заклад і його особливості.

Розробка і поширення цікавого та корисного контенту для студентів і їх батьків, такого як відео-екскурсії, блоги, вебінари, інтерактивні матеріали тощо. Це дозволяє привертати увагу і залучати аудиторію.

Створення програм інтеракції з випускниками для підтримки мережі студентів і збільшення репутації навчального закладу. Задіяність успішних випускників може стати сильним маркетинговим інструментом.

Стратегії емоційного зв'язку: Використання стратегій, які стимулюють позитивні емоції і зв'язок з навчальним закладом. Наприклад, організація заходів, конкурсів, спортивних змагань, дебатів тощо.

Створення і розвиток унікального бренду, який відзначається особливою місією, цінностями, атмосферою та підходом до освіти. Це допомагає розрізнити заклад серед конкурентів. Проведення аналізу конкурентів і розробка стратегій, які відповідають вимогам ринку і враховують унікальні особливості навчального закладу. Ці інновації можуть допомогти закладам освіти покращити конкурентоспроможність, залучити більше студентів і зберегти позиції на ринку. Вони відображають важливість маркетингу як стратегічного інструменту для розвитку освітніх установ.

Література:

1. Витвицька О.Д. Особливості формування механізму регулювання інвестування інновацій в сучасних умовах // *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування. Сер.: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес.* 2013. Вип. 181(4). С. 85-90.
2. Витвицька О.Д. Концептуальні підходи до дослідження механізму інноваційно-інвестиційного розвитку зерновиробництва // *Агроінком.* 2013. №10-12. С.10-14.
3. Витвицька О. Д., Демешкант Н. А. Особливості інноваційного розвитку економіки і завдання аграрної науки та освіти. *Агросвіт* № 9, 2015. С. 3-7.
4. Shpak N., Vytvytska O., Martynyuk O., Kylaec M., Sroka W., (2022). Formation of management and technological maturity levels of enterprises for their dynamic development. *Engineering Management in Production and Services*, 14(3), 1-12.