

Форма № Н-9.02

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФМЕ

(повна назва факультету)

Кафедра маркетингу

(повна назва кафедри)

Допущено до захисту

Завідувач кафедри _____
(підпис)_____ д.е.н. Литовченко І.Л. _____
(прізвище та ініціали)

“ ____ ” _____ 20__ року

Дипломна робота

на здобуття освітньо-кваліфікаційного
рівня магістра
(освітньо-кваліфікаційний рівень)

з теми «Маркетингові дослідження іміджу Одеського національного
економічного університету на ринку освітніх послуг»

Виконав: студент (ка) 5 курсу, групи 5
спеціальності

_____ 8.03050701 маркетинг _____
(шифр і назва спеціальності)

_____ Манкаш І.І. _____
(прізвище та ініціали)

Керівник _____ Сотніков Ю.М. _____
(прізвище та ініціали)

Рецензент _____ Давиденко В.М. _____
(прізвище та ініціали)

ОДЕСА - 2015 року

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ІМІДЖ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	6
1.1. Сутність, значення та роль іміджу у функціонуванні організацій.....	6
1.2. Процес створення іміджу як умова формування конкурентоспроможності організації.....	13
1.3. Методологія маркетингового дослідження іміджу учбового закладу.....	20
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1	27
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА СУЧАСНОГО ІМІДЖУ ОНЕУ	29
2.1. Дослідження діяльності ОНЕУ на ринку освітніх послуг.....	29
2.2. Аналіз конкурентоспроможності університету на ринку освітніх послуг.....	39
2.3. Маркетингове дослідження результативності іміджу ОНЕУ.....	46
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2	53
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ІМІДЖУ ОНЕУ	55
3.1. Напрямки покращення комунікативної політики університету в середовищі Інтернет.....	55
3.2. Шляхи розвитку системи міжнародних зв'язків ОНЕУ.	66
3.3. Напрямки удосконалення системи працевлаштування студентів ОНЕУ ...	73
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3	82
ВИСНОВКИ.....	83
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	86
ДОДАТКИ	