

Бочков Д.В.,

к.э.н., доцент кафедры управления образованием, Институт непрерывного образования ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет», e-mail: dionisoren@mail.ru

Дуган И.А.

магистрант 2 курса, ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный педагогический университет», e-mail: ivandugan93@gmail.com

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ОСМЫСЛЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИМИДЖА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ ИНТЕГРИРОВАННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Аннотация

В статье актуализируется проблема развития имиджа образовательной организации на основе интегрированных маркетинговых коммуникаций. В ходе исследования проанализирована периодика и выявлены общие первичные причины отказа потребителем от восприятия информации, которую подают образовательные организации. На этом основании в статье обосновывается необходимость интеграции маркетинговых коммуникаций в формирование ее имиджа, что позволяет в условиях современного рынка обойти большинство возникающих коммуникативных барьеров и донести информацию до конечного получателя, охватывая целевые аудитории. В статье проанализирована теоретико-методологическая основа развития имиджа образовательной организации на основе интегрированных маркетинговых коммуникаций с использованием трудов ведущих ученых и практиков отечественной и международной научной мысли.

Авторами интегрированные маркетинговые коммуникации