Министерство науки и высшего образования РФ
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»
Институт экономики и управления
Направление 38.04.02 Менеджмент
«Стратегическое и корпоративное управление»

Маркетинг бюджетного учреждения: проблемы и возможности

Автор:
Гусева Елена Андреевна
студентка 1 курса магистратуры

Научный руководитель:
д. э. н., доцент
Беденко Надежда Николаевна

Актуальность

- С ростом конкуренции на образовательном рынке, государственные университеты вступают в борьбу за абитуриентов с крупными российскими, зарубежными институтами и онлайн-платформами.
- Маркетинг образовательной организации высшей школы включает в себя работу по всем направлениям деятельности, затрагивая внутреннюю среду организации в виде анализа и мобилизации имеющихся ресурсов для достижения поставленных целей, и внешнюю среду организации, с которой происходит постоянное взаимодействие и от факторов которой зависит успешное продвижение услуг и развитие образования в целом.

Особенности маркетинга услуг

Общие:

- неосязаемость;
- нематериальность;
- неотделимость процессов производства и потребления услуги друг от друга;
- активное участие потребителя в процессе ее предоставления и потребления (непостоянство качества);

Специфические:

- сфера образовательных услуг ресурсоемкая;
- услуги образования не являются общепотребляемыми и массовыми;
- цены на услуги достаточно высокие в сравнении со средним уровнем доходов населения;
- роль высшего образования не стабильна в общественном сознании;
- высокая потребность в профессиональных кадрах различного профиля и специализации;
- обязательное общественное признание, выраженное через получение сертификатов, дипломов, степеней, титулов, которые могут подтвердить уровень знаний владельца.

Комплекс маркетинга

- Продукт
- Цена
- Сбыт
- Продвижение
- Персонал
- Процесс
- Физическое окружение

ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

- Существует на рынке более 150 лет.
- Стратегическая цель – стать основным драйвером превращения Тверской области в территорию инноваций и опережающего развития на основе непрерывного совершенствования образовательной, научной, инновационной, предпринимательской, социально-культурной деятельности и максимального его включения в региональное социально-экономическое пространство.

Анализ маркетинговой деятельности

Проблемы маркетинга в организационной структуре:

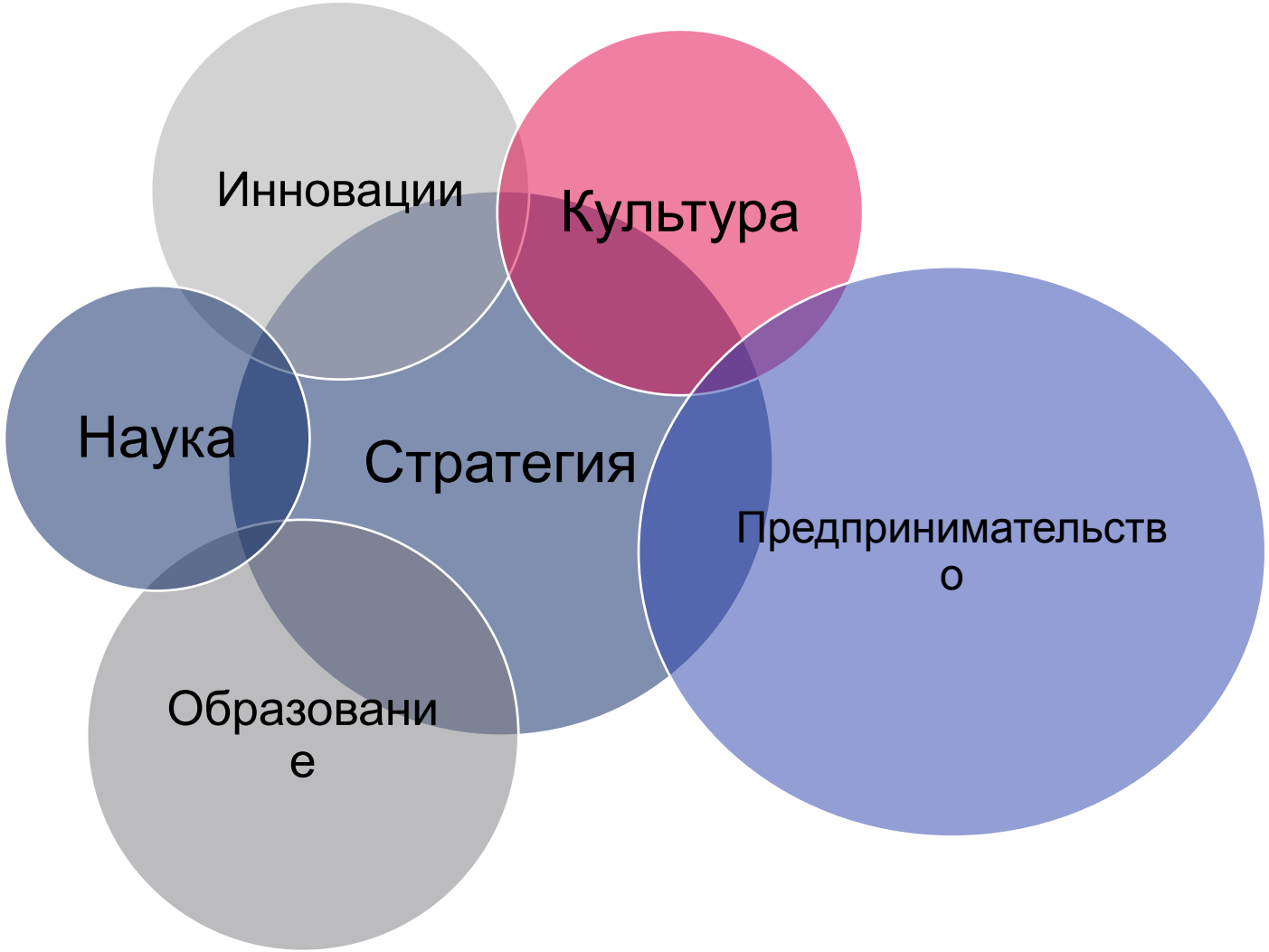
- отсутствие отдела маркетинга;
- разделение Универ-ТВ и Управления по связям с общественностью;
- Центр цифровой аналитики и Управление по связям с общественностью не имеют связей.

Сильные стороны	Слабые стороны
Партнёрство с зарубежными университетами	Не имеет координационного центра
Сотрудничество с представителями бизнеса	Зависимость цен от поступлений субсидий в бюджет
Более 150 профилей подготовки	Игнорирование средств цифрового маркетинга
Предоставление дополнительных услуг	Не имеет партнёров в области онлайн образования
Развитая сеть корпусов	Отсутствие филиалов в районных центрах
Наличие бюджетных мест	Устаревшая материально-техническая база и инфраструктура
Предоставление скидок и льгот на обучение	Неактуальный дизайн и функционал сайтов университета и факультетов
Высококвалифицированный ППС	Фирменный стиль не распространяется на интерьер экстерьер корпусов
Возможность дистанционного обучения	Нацеленность рекламы на выпускников школ города
Соответствие ООП требованиям государственных стандартов	Высокие цены на обучение
Новый фирменный стиль	Имеет ситуативный характер

Маркетинговая стратегия

- Комплексный характер: продукт, цена, сбыт, продвижение.

- Маркетинговые программы разрабатываются на 5 лет.
- Маркетинговые планы по учебным годам.



Цель и задачи стратегии

Цель – привлечение абитуриентов и повышение имиджа ТвГУ на рынке образовательных услуг.

- Создать инновационную инфраструктуру
- Актуализировать программы подготовки и переподготовки кадров
- Расширить перечень дополнительных программ обучения
- Укрепить и обновить материально-техническую базу университета
- Внедрить инструменты цифрового маркетинга
- Укрепить взаимоотношения с региональной властью
- Развивать международное сотрудничество
- Быть партнером местного бизнес-сообщества
- Повысить конкурентоспособность ТвГУ на национальном уровне
- Модернизировать электронную среду
- Разработать единую концепцию бренда ТвГУ и подразделений
- Стать центром разработки и внедрения инновационных проектов

Предлагаемые мероприятия

Укрупнение «Управления по связям с общественностью» посредством перевода «Универ-ТВ» в подчинение отдела для объединения ресурсов и координации работы в СМИ	
Организация и координация отдела с Центром цифровой аналитики для систематичного подхода в продвижении услуг ТвГУ на рынке, повышения имиджа и внедрения средств цифрового маркетинга	
Разработка системы скидок для студентов платной основы обучения	Разработка локального документа
Развитие кредитных продуктов и программы рассрочки для студентов, магистрантов и аспирантов.	Подключение к программе кредитования новые банки
Разработка программы стимулирования выпускников бакалавриата для продолжения обучения в ТвГУ; привлечение выпускников-бакалавров Твери и ЦФО	Разработка локального документа
Введение заочной формы обучения на программах магистратуры	Разработка соответствующих программ обучения и локальных документов

Предлагаемые мероприятия

Мероприятие, направленное на решение выявленной проблемы	Сумма, руб.
Создание сайта структурного подразделения для упрощения взаимодействия с другими отделами, быстрого размещения новостей в источниках, оптимизации работы со СМИ, повышения цифрового присутствия в сети	172 000
Активизация инструментов цифрового маркетинга в социальных сетях для привлечения и информирования абитуриентов о программах обучения, скидках, дополнительных услугах и др.	840 000
Привлечение на работу преподавателей, имеющих докторскую степень	1 500 000
Создание программы мотивации сотрудников-кандидатов наук на соискание степени доктора	
Разработка программы поддержки и стимулирования докторов наук в ТвГУ	
Разработка фирменного стиля каждого факультета и подразделения (кроме логотипа)	100 000
Обновление официального сайта ТвГУ в соответствии с правилами использования фирменного стиля. Разработка мобильной версии сайта	20 000
Внедрение разработанных макетов навигации (указатели, кабинетные таблички и растяжки) во всех корпусах ТвГУ	1 320 000
Создание канала или чат-бота в Telegram для размещения информации о деятельности университета, студенческих объединений, актуальных новостей и мероприятиях	30 000
Создание приложения для абитуриентов, студентов, преподавателей с подключением имеющихся электронных средств связи: Microsoft Teams, LMS	200 000
Обновление материально-технической базы учебных корпусов	20 000 000
Развитие спортивной инфраструктуры университета (строительство спорткомплекса или стадиона для секций и проведения областных соревнований)	85 000 000
Облагораживание территорий университетских зданий (учебных корпусов, общежитий, ботанического сада), также замена асфальта, создание парковок	30 200 000
Создание школы / центра для талантливых учеников школ города и региона, а также центра студентов для развития навыков в робототехнике, биоинженерии, лабораторных исследований и др.	10 000 000

Вывод: проблема или возможность?

Маркетинг требует:

- комплексный подход;
- систематичность;
- актуализацию;
- ресурсы (трудовые, финансовые, материально-технические);
- нацеленность на результат;
- стратегию;
- координационный центр действий.

Тверской государственный университет

Спасибо за внимание!