

МОДЕЛЮВАННЯ ПЛАТФОРМИ ІНТЕГРОВАНОГО ОСВІТНЬОГО БРЕНДА У СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ВИЩОГО ЗАКЛАДУ ОСВІТИ

ОСАУЛЕНКО С.В.

Одеська державна академія будівництва та архітектури, м. Одеса, Україна

Інноваційна економіка потребує передових технологій та нової освітньої системи, що забезпечить оновлення інтелектуального потенціалу країни, як домінантного механізму зростання її прибутковості, а втілення його у загальне національне збагачення сприятиме підвищенню економічного потенціалу України. Відтак, використання та розповсюдження нових знань стає основою вітчизняної конкурентоспроможності та базовою передумовою інтенсивного зростання економічного потенціалу країни, а фундаментальні наукові дослідження відкривають нові знання, які трансформуються у технології та продукти наукоємного виробництва, стимулюють зростання продуктивності праці, зниження матеріало– та енергоємності, підвищення конкурентоспроможності суспільного виробництва, прискорюючи темп накопичення суспільного прибутку, змінюючи мотивації трудової діяльності, покращуючи загальний добробут громадян в країні.

Науковий потенціал, як складова інноваційного потенціалу, визначається сукупністю ресурсів та організаційних, управлінських форм продуктивної реалізації можливостей не лише сфери науки, а й освіти, виробництва будь-якої системи (підприємства, території, галузі). Відтак, зв'язок між наукою, освітою та виробництвом створює передумови для розвитку наукового потенціалу.

Держава виступає ключовим інвестором української системи освіти, оскільки такі витрати мають суспільну корисність. Отже, економічний успіх розвитку сучасного вищого навчального закладу безпосередньо залежить від конкурентоспроможності вищого навчального закладу на ринку освіти (не лише вітчизняному, а й міжнародному), від обраної стратегії розвитку, диверсифікації комерційних зусиль – всіх напрямів діяльності, що притаманні бренду вищого навчального закладу. Бренд у сфері освіти є гарантією якості одержуваної освітньої послуги або наукового продукту, його репутації, іміджу.

Процес створення та просування брендів вищого навчального закладу відповідає сучасним ринковим умовам розвитку суспільства, яким притаманні такі характеристики, як глобалізація та хаотичність. В таких умовах саме бренд надає певні переваги вищому навчальному закладу, які дозволяють залишатися йому конкурентоздатним та досягати наукового, освітнього та комерційного успіху.