

РЕКЛАМНАЯ АКТИВНОСТЬ ВУЗА НА РЕГИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (на примере экономического факультета Амурского государственного университета)



Чернова Кристина Вячеславовна,

аспирантка кафедры коммерции и товароведения, Амурский государственный университет, 675000, Амурская область, г. Благовещенск, ул. Комсомольская, 52



Красникова Екатерина Ивановна,

к. э. н., доцент кафедры коммерции и товароведения, Амурский государственный университет, 675000, Амурская область, г. Благовещенск, ул. Комсомольская, 52
krasnikova_1956@mail.ru

В статье описан опыт разработки и проведения рекламной кампании государственного вуза на примере экономического факультета Амурского государственного университета. Авторы оценивают эффективность выбора медианосителей и эффективность рекламной кампании в целом на основе результатов маркетингового исследования.

Ключевые слова: реклама вуза; планирование рекламной кампании; эффективность выбора медианосителей; эффективность рекламной кампании.

Образовательная система России претерпевает период сложных качественных изменений. Появились различные по форме учебные заведения, усилилась дифференциация программ обучения, что дает возможность удовлетворять индивидуальные запросы каждого студента. Одновременно с этим в российских вузах сокращается количество бюджетных мест, в то время как в регионах происходит снижение платежеспособного спроса на высшее образование. В совокупности эти факторы приводят к острейшей конкурентной борьбе вузов за абитуриента. Реклама является одним из эффективных способов информирования, привлечения и удержания внимания потребителей.

Амурский государственный университет (АмГУ) был основан как Благовещенский технологический институт (БТИ) в 1975 году. Менее

20-ти лет потребовалось небольшому технологическому институту для того, чтобы вырасти до масштабов крупного регионального университета — центра образования, науки и культуры Амурской области.

Ежегодно в АмГУ обучается более 8 тысяч студентов. В настоящее время обучение студентов в АмГУ осуществляется по сорока трем специальностям на девяти факультетах.

В последние годы на экономическом факультете открыты новые специальности: «Налоги и налогообложение», «Таможенное дело», «Реклама». Ведется подготовка по таким направлениям бакалавриата, как: экономика, менеджмент, государственное и муниципальное управление, товароведение, торговое дело, туризм; открыты профили: управление малым бизнесом, маркетинг в торговле. В настоящее время на экономическом фа-

культете обучаются 1 322 студента на очном отделении и 225 студентов на заочном.

Основными конкурентами экономического факультета являются: Дальневосточный Государственный Аграрный Университет (ДальГАУ), Благовещенский филиал Московской Академии Предприимчивости (МАП) и Благовещенский Государственный Педагогический Университет (БГПУ) по направлению подготовки «Менеджмент». Конкурентными преимуществами МАП и ДальГАУ являются более низкая стоимость обучения.

С целью увеличения количества абитуриентов, поступающих в вуз на бюджетной и договорной основе, с 18 февраля по 3 марта 2013 года была разработана и проведена краткосрочная рекламная кампания экономического факультета Амурского Государственного Университета.