

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Московский государственный университет
технологий и управления им. К.Г. Разумовского (ПКУ)»
Институт социально гуманитарных-технологий
Кафедра «Связи с общественностью и рекламные технологии»
«Особенности создания элементов бренда образовательного
учреждения (на примере МГУТУ им. К.Г.Разумовского (ПКУ))»

ПОДГОТОВИЛА:

МОРЕВА КСЕНИЯ ВАДИМОВНА

Актуальность квалификационной работы

Многообразие
рынка
образовательных
услуг

Высокая
конкуренция
среди
образовательных
организаций

Возрастание
внимания
потребителей
к бренду

Влияние
отзывов
потребителей
на рейтинг
образовательных
организаций

Цели и задачи работы



Уникальное брендовое предложение МГУТУ им.К.Г.Разумосвского (ПКУ)



Московский государственный университет технологий и управления им К.
Г.Разумовского (Первый Казачий Университет)

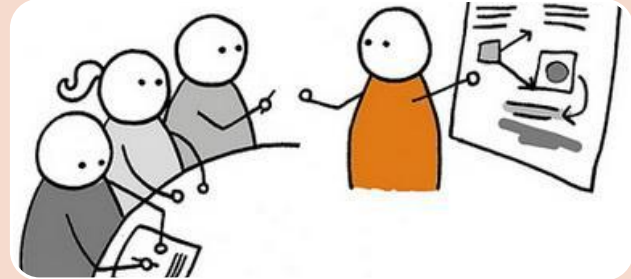
Отличительные особенности МГУТУ им. К.Г.Разумосвского (ПКУ)



Первый
Казачий
Университет



Пищевая
промышленность



Сотрудничество
со
зарубежными
партнерами

Авторское исследование

Наличие узнаваемого бренда повышает приток абитуриентов?



Должен ли персонаж отражать идеи и традиции учебной организации?



В каких видах рекламной продукции университета должен использоваться персонаж?



С какими персонажами ассоциируются основные виды деятельности университета?



Опыт зарубежных стран.



Университет Северной
Каролины

Баран Рамзес



Университет
Хьюстона

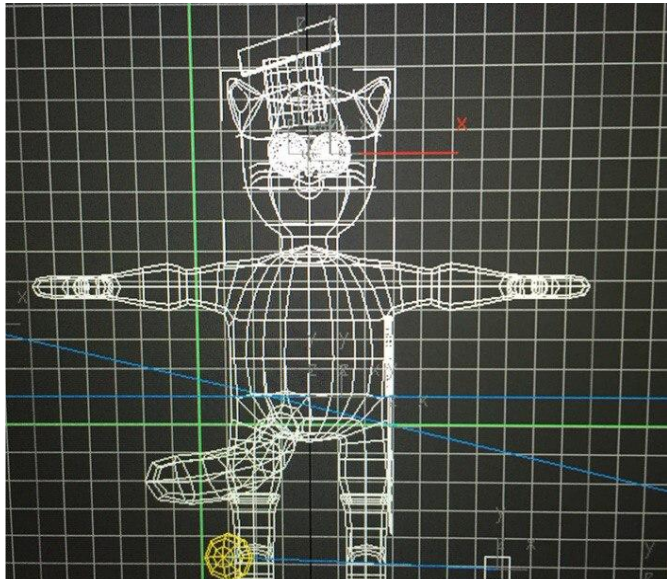
Пума



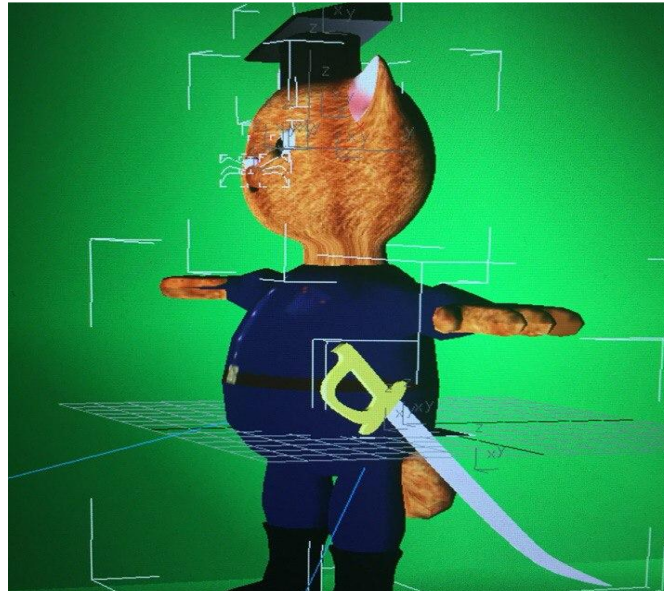
Стенфорд

Дерево

Элементы бренда. Персонаж.



Процесс
создания



Процесс
создания



3D модель
персонажа

Элементы бренда. Персонаж.



Спасибо за
внимание!

МОРЕВА КСЕНИЯ ВАДИМОВНА