**Дорждеева В.А.**

# Маркетинговое обеспечение экосистемы университета в условиях цифровой трансформации региональной экономики

**2023**

**Диссертация на соискание ученой степени**

**кандидата экономических наук**

**[Полный текст диссертации](https://право.информ2000.рф/dostup.htm)**

[**Написание на заказ студенческой и аспирантской работы**](https://право.информ2000.рф/diplom.htm)

[**Вернуться в каталог диссертаций по маркетингу**](https://право.информ2000.рф/marketing4/marketing4-20.htm)

[**Книги и диссертации по экономике, праву и экологии - полные тексты**](https://право.информ2000.рф/dissertation.htm)

Оглавление

Введение ....................................................................................................................... 3

Глава 1 Теоретическое обоснование формирования маркетингового

обеспечения экосистемы вузов ................................................................................ 15

1.1 Предпосылки цифровизации социально-экономических систем и факторы

формирования экосистемы в образовательной среде............................................ 15

1.2 Современная методология маркетингового управления деятельностью

вузов, адаптированная к специфике их образовательных онлайн-услуг ............ 31

Глава 2 Анализ сектора высшего образования и оценка тенденций

формирования экосистемы университета в условиях развития цифровых

сервисов на региональном уровне ........................................................................... 50

2.1 Динамика развития образовательных онлайн-услуг и рынка цифровых

платформ в секторе высшего образования ............................................................. 50

2.2 Оценка внутренней среды вузов и анализ внешних факторов, влияющих на

продвижение образовательных программ подготовки кадров для цифровой

экономики .................................................................................................................. 65

2.3 Сравнительный анализ маркетинговых коммуникаций региональных вузов в

цифровой среде .......................................................................................................... 81

Глава 3 Моделирование маркетингового обеспечения экосистемы вуза в

условиях цифровизации региональной экономики ............................................... 93

3.1 Концепция формирования интегрированной системы маркетинговой

информации для участников экосистемы университета и детерминанты её

эффективности ........................................................................................................... 93

3.2 Разработка модели цифровой системы регионального вуза, интегрированной

в глобальное образовательное пространство ....................................................... 102

Заключение .............................................................................................................. 115

Список использованных источников .................................................................... 118

[**Полный текст диссертации**](https://право.информ2000.рф/dostup.htm)