

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kurosovaya-rabota/438809>

**Тип работы:** Курсовая работа

**Предмет:** Маркетинг (другое)

## СОДЕРЖАНИЕ

### ВВЕДЕНИЕ 3

1. Теоретические основы рынка онлайн образования в России 6

1.1 Общая характеристика рынка онлайн образования в России 6

1.2 Конкурентная карта рынка EdTech-компаний 9

1.3. Целевая аудитория онлайн образования в России 12

2. Формирование маркетинговой стратегии для организации «ФА-САД» 20

2.1. Анализ целевой аудитории и основных особенностей деятельности компании «ФА-САД» 20

2.2. Исследование маркетингового продвижения компании «ФА-САД» 23

2.3 Стратегические решения маркетингового продвижения для компании «ФА-САД» 25

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 31

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 32

Приложения 34

### 1.3. Целевая аудитория онлайн образования в России

На сегодняшний день изучение целевой аудитории в основном сводится к выявлению общих характеристик и критериев группировки потребителей в небольшие целевые сегменты, что может привести к уменьшению прибыли и потере позиций на рынке, а также к закрытию малых и средних предприятий. На сегодняшний день существует множество методов исследования целевой аудитории, которые могут быть использованы для изучения потребностей, предпочтений и поведения вашей целевой аудитории. Классические методы включают в себя:

1. Опросы и анкетирование.

2. Фокус-группы.

3. Интервью.

4. Наблюдение. [11]

Кроме этого выделяются следующие методы:

5. Анализ данных: использование аналитических инструментов для изучения данных о поведении целевой аудитории в онлайн среде может помочь в выявлении трендов и паттернов.

6. Тестирование продукта: проведение тестирования продукта среди представителей целевой аудитории поможет оценить их реакцию и получить обратную связь.

7. Анализ поведения пользователей в приложениях: если компания имеет мобильные приложения, анализ данных об использовании приложений может дать понимание о предпочтениях и потребностях пользователей.

9. Анализ конкурентов: изучение целевой аудитории конкурентов может дать представление о ее характеристиках и предпочтениях.

10. Использование CRM-систем: анализ данных из CRM-системы позволяет понять профиль клиентов, их покупательское поведение, предпочтения и историю взаимодействия с компанией.

11. Тестирование рекламных кампаний: проведение A/B-тестирования и анализ реакции целевой аудитории на различные виды рекламы помогает определить наиболее эффективные стратегии привлечения внимания.

12. Мониторинг обратной связи.

13. Исследования с использованием сервисов статистики. [13]

Один из наиболее популярных методов определения целевого потребителя, предложенный Шеррингтоном в рамках методики "5W", основан на пяти вопросах: [17]

Что? (продукт или услуга на рынке);

Кто? (группа людей, готовых приобрести товар);

Почему? (потребности, удовлетворяемые продуктом);  
Когда или как часто? (необходимость повторной покупки);  
Где? (места продажи товара).

Перед выпуском продукта в широкое потребление производителю важно провести анализ интересов и потребностей потенциальных покупателей. Изучение рынка потребителей помогает объяснить спрос на продукт и найти способы стимулирования покупок. Перед анализом групп потребителей онлайн образования в России необходимо определить целевую аудиторию как группу людей с общими потребностями, которые удовлетворяются при приобретении продукции или услуги производителя. [5] Целевая аудитория онлайн образования в России представляет собой разнообразную группу пользователей, которая проявляет интерес к получению знаний и навыков через цифровые образовательные платформы. Целевую аудиторию по методу Шеррингтона можно описать следующим образом

1. Что: онлайн образование в России, включая курсы, вебинары, онлайн университеты и другие образовательные ресурсы, предоставляемые через интернет.

2. Кто:

Исследуя более подробно целевую аудиторию онлайн образования в России, стоит отметить, что по данным исследования Нетологии [3], главные потребители онлайн образования - жители больших городов. Но кроме того, целевой аудиторией являются:

- Студенты, которые хотят получить дополнительное образование или повысить свою квалификацию без необходимости посещения учебных заведений.
- Работающие люди, которые хотят учиться параллельно с работой или развивать свои навыки для карьерного роста.
- Люди, живущие в удаленных регионах, где доступ к традиционному образованию ограничен.
- Школьники и студенты, которые ищут дополнительные материалы для обучения.
- Люди, которые хотят изучать новые предметы или углублять свои знания в определенной области. [16]

3. Почему:

- Удовлетворение потребности в получении образования и развитии навыков.
- Гибкость и доступность обучения, которую предоставляет онлайн формат.
- Возможность индивидуализации обучения под конкретные потребности и темп ученика.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Законодательные и нормативные акты, другие документы и материалы органов государственной власти и местного самоуправления Российской Федерации.

1. Федеральный закон "Об образовании в Российской Федерации" [Текст]: от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ.
2. Федеральный закон "О защите прав потребителей" [Текст]: от 07 февраля 1992 года № 2300-1.
3. Постановление Правительства РФ "Об утверждении Правил оказания образовательных услуг" [Текст] от 15 апреля 2014 года № 305.
4. Федеральный закон "О персональных данных" [Текст]: от 27 июля 2006 года № 152-ФЗ.

Монографии, диссертации, научные сборники, учебники

5. Агиева М. Т. Классификация моделей управления целевой аудиторией в маркетинге // ИВД. 2019. № 1 (52)
6. Гохберг Л. М., О. К. Озерова, Е. В. Саутина «Образование в цифрах: 2023 : краткий статистический сборник»; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: НИУ ВШЭ, 2023

Научные статьи и другие публикации периодических изданий

7. Исследование российского рынка онлайн-образования: построение EdTech-экосистем, усиление роли государства, выход на международный рынок, 2022 г, Электронный источник, URL: <https://netology.ru/blog/06-2022-edtech-research?ysclid=lu4fq5cnvw367868094> (Дата обращения: 23.03.2024)
8. Исследование рынка онлайн-образования за 2023 год, Электронный источник, URL: <https://360-media.ru/blog/online-shkoly/issledovanie-rynka-onlajn-obrazovaniya-za-2023-god/?ysclid=lu4halwzku213412230> (Дата обращения: 23.03.2024)

9. Киселев А. «Технологии, качество и локальное развитие: 5 трендов российского EdTech в 2024 году» Электронный источник, URL: <https://delovoyimir.biz/5-trendov-rossiyskogo-edtech-v-2024-godu.html?ysclid=lu4gbukvmb460995500>. (Дата обращения:23.03.2024)
10. Конанчук Д.С. «Edtech: новая технологическая платформа в образовании» - Электронный источник, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/edtech-novaya-tehnologicheskaya-platforma-v-obrazovanii?ysclid=lu6v5kpaq1362533064> (Дата обращения:25.03.2024)
11. Москалева М.М., Ковалевский А.Д. «Исследование целевой аудитории в социальных сетях в исследовании общественного мнения, рекламе и pr», журнал «Мировая наука» 2021 г. Электронный ресурс, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-tselevoj-auditorii-v-sotsialnyh-setyah-v-issledovanii-obschestvennogo-mneniya-reklame-i-pr?ysclid=lu6x3smvt8103730500> (Дата обращения: 25.03.2024)
12. Рынок детского онлайн-образования, 2023, Электронный источник, URL: <https://360-media.ru/blog/online-shkoly/rynok-detskogo-onlajn-obrazovaniya/?ysclid=lu6wltfjbv991038665> (Дата обращения: 25.03.2024)
13. Способы анализа целевой аудитории, 2023 г. , электронный источник, URL: <https://dasreda.ru/learn/blog/article/1244-sposoby-analiza-celevoj-auditorii> (Дата обращения: 25.03.2024)
14. Тагаров Б.Ж. «Основные направления развития рынка онлайн-образования в России» 2018 г., Электронный ресурс, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-napravleniya-razvitiya-rynka-onlajn-obrazovaniya-v-rossii?ysclid=lu317bknj3265483360> (Дата обращения: 22.03.2024)
15. Турчанников К. Soft skills и микрообучение: EdTech-тренды 2022/23 учебного года, Электронный ресурс, URL: <https://trends.rbc.ru/trends/education/64a68aae9a794714abe1d769?from=copу> (Дата обращения:23.03.2024)
16. Чернышева, А. М. Развитие и продвижение продуктов онлайн-образования на российском рынке / А. М. Чернышева, И. С. Савченков. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2023. — № 2 (449). — С. 209-211. — URL: <https://moluch.ru/archive/449/98689/> (дата обращения: 25.03.2024)
17. Что такое методика 5W Шеррингтона для сегментации аудитории [Электронный ресурс] // Digital-academy.ru: информационный портал — М. 2021. URL: <https://digital-academy.ru/blog/5w-sherrington..>(дата обращения: 25.03.2024) Махмутова М.В., Махмутов Г.Р. «Модели и платформы реализации массовых открытых онлайн курсов» - Электронный источник, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modeli-i-platfomy-realizatsii-massovyh-otkrytyh-onlajn-kursov?ysclid=lu8ih77sdq979840909> (Дата обращения:25.03.2024)
18. Маркова Е.С., Зюзина Н.Н., Зюзина Е.А. «Анализ потребителей рынка онлайн-образования» 2020 г, Электронный ресурс, URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-potrebiteley-rynka-onlajn-obrazovaniya?ysclid=lu8j6t8du365168696> (Дата обращения:25.03.2024)
19. 20+ лучших онлайн-школ для детей в 2024 году, Электронный ресурс, URL: <https://www.kp.ru/edu/kursy/luchshie-onlajn-shkoly-dlya-detej/?ysclid=lu8r9ro3a2598753110> (Дата обращения:26.03.2024)
20. Как определить целевую аудиторию для вашего онлайн-курса, 2022, Электронный ресурс, URL: <https://uteach.io/ru/articles/identify-target-audience-ru?ysclid=lu8rf7qp5i607202996> (Дата обращения: 26.03.2024)
21. 7 трендов онлайн-образования в 2024 году, Red Bananas | трафик для онлайн-школ и EdTech Электронный источник, URL: [https://vk.com/wall-195403740\\_10520?ysclid=lu8rmmgydy113046281](https://vk.com/wall-195403740_10520?ysclid=lu8rmmgydy113046281) (Дата обращения:23.03.2024)

#### Сайты и социальные сети

22. Телеграм ФА-САД Электронный ресурс, URL: [https://t.me/studio\\_fasad](https://t.me/studio_fasad) Дата обращения: 26.03.2024)
23. Студия «ФА-САД» Электронный ресурс, URL: <https://studiofasad.com/> (Дата обращения:25.03.2024) (Дата обращения:25.03.2024)
24. Школа творчества Creativity, Электронный ресурс, URL:<https://creativity.ru/> (Дата обращения:26.03.2024)
25. Lil.School, Электронный ресурс, URL: <https://lil.school/?ysclid=lu8rqhoqi663998077> (Дата обращения:26.03.2024)
26. Uchi.ru Электронный ресурс, URL: <https://uchi.ru/>(Дата обращения:26.03.2024)
27. Фоксфорд Электронный ресурс, URL: <https://foxford.ru/> (Дата обращения:26.03.2024)

#### Источники статистических данных, энциклопедии, словари

28. Рейтинг крупнейших компаний на рынке онлайн-образования, 2023 г. Электронный источник, URL:

<https://edtechs.ru/> (Дата обращения: 23.03.2024)

29. Яндекс Вордстат Электронный ресурс, URL: <https://wordstat.yandex.ru/> (Дата обращения:25.03.2024)

30. Веб-аналитик SimilarWeb, электронный ресурс, URL: <https://www.similarweb.com/ru/> (Дата обращения: 26.03.2024)

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/kurovaya-rabota/438809>