

УДК 338(075.8)
ББК 65.291.3
К12

Научный редактор

Янё И. С., кандидат экономических наук, заведующий кафедрой
маркетинга Орского гуманитарно-технологического института (филиала)
ОГУ

Рецензенты:

Коньшев В. А., доктор экономических наук, доцент кафедры
«Экономика и финансы»;

Долбина С. А., заведующий кафедрой «Экономика и управление»
(Орский филиал АОЧУ ВПО «Московский финансово-юридический
университет (МФЮА)»)

Кайдашова А. К.

К12 Маркетинг профессиональных образовательных услуг [Электронный
ресурс]: учеб. пособие / А. К. Кайдашова. – 3-е изд., стер. – М.: ФЛИНТА,
2020. – 99 с.
ISBN 978-5-9765-2429-3

В пособии излагаются теоретические и практические основы маркетинга профессиональных образовательных услуг: выделены особенности образовательной услуги и спроса на неё, определяющие специфику маркетинговой деятельности в сфере ВПО, предложен механизм регулирования потребительского спроса на услуги высшей школы с целью приведения его в соответствие с запросами рынка труда. Практикум содержит также задания и тесты. В пособии использованы материалы отечественных и зарубежных исследователей, а также разработки автора, накопленные за период научной работы и преподавания дисциплины «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности».

Пособие предназначено для студентов специальности 080111 – Маркетинг и направления подготовки 080200 – Менеджмент по профилю «Маркетинг», а также сотрудников вузов.

УДК 338(075.8)
ББК 65.291.3

ISBN 978-5-9765-2429-3

© Кайдашова А. К., 2015
© Издательство «ФЛИНТА», 2015

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
1 Теоретические основы маркетинга профессиональных образовательных услуг	5
1.1 Особенности маркетинговой деятельности в сфере высшего профессионального образования	5
1.2 Образовательная услуга высшей школы как объект потребительского спроса	16
1.3 Особенности спроса на услуги высшей школы и маркетинговые направления его регулирования	31
<i>Контрольные вопросы</i>	44
2 Механизм регулирования спроса на услуги высшей школы	46
<i>Контрольные вопросы</i>	65
3 Практикум по маркетингу профессиональных образовательных услуг	66
3.1 Понятие о формах самостоятельной работы студентов	66
3.2 Задания	67
3.3 Тесты	73
Заключение	80
Библиографический список	82
Приложение 1. Матричная система маркетинговых инструментов регулирования спроса на услуги высшей школы	86
Приложение 2. Маркетинговые инструменты и формы воздействия на потребительский спрос в разрезе целевых групп...	95