
ЧИТАЛЬНЫЙ ЗАЛ

Панкрухин А.П.

**МАРКЕТИНГ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ВЫСШЕМ
И ДОПОЛНИТЕЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ**

Учебное пособие. М.: Интерпракс, 1995. 240 с.

В пособии дан анализ и представлены инструменты решения проблем рынка образовательных услуг, формирования стратегия поведения на нем, цен и рекламы этих услуг, взаимодействия участников рыночных отношений с учетом принципиальных особенностей образовательной сферы. Работа состоит из пяти глав и трех приложений. В первой главе «Концепция маркетинга образовательных услуг» рассматриваются методологические вопросы маркетинга образовательных услуг и продуктов (ОУП): субъекты и объекты ОУП, функции и методы маркетинга ОУП, особенности такого вида услуг как образовательные услуги.

В главе «Окружающая маркетинговая среда и сегментация рынка образовательных услуг» анализируются понятие и структура окружающей маркетинговой среды и проблемы сегментации рынка ОУП. Автором рассматриваются такие способы сегментации как сегментация по группам потребителей ОУП, сегментация по параметрам ОУП, сегментация по конкурентам на рынке ОУП.

Стратегия маркетинга образовательных услуг

— назначение и виды стратегий, разработка стратегии для образовательного учреждения — вопросы следующей главы пособия.

Особый интерес представляет раздел пособия, посвященный проблемам ценообразования на рынке ОУП. Автор детально рассматривает инструментарий адаптации цен на образовательные услуги, включая систему наценок и скидок на ОУП.

Заключительная глава содержит анализ вопросов коммуникации и продвижения ОУП на рынке: комплекс маркетинговых коммуникаций, технология и организация рекламы, связи с общественностью и сотрудничество в образовании и др.

Приложения пособия содержат рекомендации по маркетингу услуг в сфере образования, социологический инструментарий и учебно-методические материалы по курсу «Маркетинг образовательных услуг».

Автор свое пособие адресует студентам педагогических и экономических вузов, руководителям государственных и негосударственных образовательных учреждений.