

UDC: 330

The state role in the marketing of educational services, the state and development of higher education in Russia

M.A. Ivanchenko

The article presents an analysis of legislation in the field of educational services, public policies in education, the concept of marketing and its legal protection in education. It is considered service and their functions that manage and control the educational system. The analysis of changes in the number of educational institutions and the number of students in them, taking into account the organizational and legal form for a few years.

Keywords: *education, educational services, marketing, legal acts, public policy analysis, management, monitoring*

References

1. Доклад Правительства Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации о реализации государственной политики в сфере образования. 20.11.2014.
2. Конституция Российской Федерации (принята 12.12.1993) (ред.от 30.12.2008 г. № 7-ФКЗ).
3. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года (утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р).
4. Распоряжение Правительства от 15.05.2013 № 792р о Государственной программе РФ «Развитие образования на 2013-2020годы» (Постановление Правительства № 295 от 15.04.2014 г.).
5. Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ (ред. 21.07.2014 № 262-ФЗ) «Об образовании в Российской Федерации».
6. Федеральный закон РФ «О лицензировании отдельных видов деятельности» от 22.04.2011 № 5188-5 (ред.14.10.2014 № 307-ФЗ).
7. Федеральная целевая программа «Научные и научно-педагогические кадры для инновационной России» на 2009-2013 годы.
8. «Федеральная целевая программа развития образования на 2011-2015 годы» (утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 7 февраля 2011 г. № 61).

Ростовский институт защиты предпринимателя, г. Ростов-на-Дону

August, 15 2015
