

UDC: 33

Principles on the use of marketing mix in promotion of education services within changing market

N.V. Przhedetskaya

To improve the quality of education and increase the competitiveness of the university in a changing market of education it is proposed methods of choice marketing mix by institution. It is distinguished the main types of market education as an object of marketing management and analyzed the main factors to choose between standardized and adapted marketing plans.

Keywords: *adapted marketing mix, standardized marketing mix, competitiveness of the university*

References

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. Вильямс, 2012.
2. Маккарти Дж., Ненси Р.Ли. Декларация об уникальных принципах и особенностях социального маркетинга. Вильямс, 2011.
3. Пржедецкая Н.В. Институциональный механизм маркетингового управления инновационного ориентирования развитием сферы образования. М., 2011.

***Ростовский государственный экономический университет
(РИНХ), г. Ростов н/Д***

April, 05 2015
