

УДК: 33

**ПРИНЦИПЫ ПРИМЕНЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСА ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ УСЛУГ
ОБРАЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ МЕНЯЮЩЕГОСЯ РЫНКА**

Н.В. Пржедецкая

Для повышения качества обучения и повышения конкурентоспособности ВУЗа в условиях меняющегося рынка образования предложены методики выбора учебным заведением маркетингового комплекса. Определены основные типы рынка образования как объекта маркетингового управления и проанализированы главные факторы выбора между стандартизованными и адаптированными маркетинговыми планами.

Ключевые слова: *адаптированный маркетинговый комплекс, стандартизированный маркетинговый комплекс, конкурентоспособность ВУЗа*

Литература

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***

05 апреля 2015 г.
