

ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Организации сферы услуг, в том числе и учебные заведения, сравнительно недавно стали осваивать маркетинговые методы работы на рынке. Многообразие маркетинговых целей означает, что в организациях сферы услуг в качестве целей маркетинга может выступать не только прибыль, но и продвижение некой социальной идеи, достижение общественного признания, преодоление негативных явлений и другие цели. Значительная часть организаций сферы услуг, находящихся на бюджетном финансировании, не осознает себя полноценным участником рыночных отношений. Ограниченные возможности учреждений сферы образования для осуществления маркетинговых программ. Организация сферы услуг применяют лишь отдельные, наиболее доступные, маркетинговые технологии и процедуры. **[Ошибка! Источник ссылки не найден.]**

Важно отметить, что отсутствует однозначное определение образовательной услуги. Опираясь на мнение различных российских и зарубежных специалистов в области маркетинга образовательной услуги, можно дать следующее обобщенное определение образовательной услуги:

Образовательная услуга (ОУ) - это комплекс мероприятий или выгод, связанных с передачей знаний, умений и навыков (ЗУН), предлагаемый образовательными учреждениями, имеющий целью изменение или повышение образовательного уровня или профессиональной подготовки потребителя и обеспечения соответствующими ресурсами образовательными организациями.

Образовательным услугам присущи все отличительные особенности, свойственные услугам и отличающие их от товаров. Однако для правильного применения маркетинга в образовании необходимо знать о дополнительных ха-

рактических услуг в сфере образования. [**Ошибка! Источник ссылки не найден.** С. 238]

Система высшего образования, на данный момент, медленно реагирует на изменения в экономике, нововведения в учебных заведениях осуществляются медленными темпами. В наше время готовят тех, в ком нуждается производство и не отметить то, что готовят «на скорую руку» таких специалистов, было бы неправильным. Но маркетинг образовательных услуг постепенно развивается, и через несколько лет, с моей точки зрения, всё это будет успешно развито. Также маркетинг образовательных услуг станет как положительным, так и отрицательным развитием системы образования для народа.

Список литературы

1. Абабков Ю.Н., Абабкова М.Ю. Маркетинг в социальной сфере. Учебное пособие. СПб.: Изд-во СПбГАСЭ. 2005 С. 95;
2. Нагалетьянец Н. А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. Учебное пособие. Под ред. проф. В.А. Алексунина. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К». 2005 С. 272.

М.В. Клячина, Г.Д. Бухарова

*Российский государственный профессионально-педагогический университет
г. Екатеринбург, Россия*

КАЧЕСТВО ОБРАЗОВАНИЯ В АСПЕКТЕ УПРАВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМ УЧРЕЖДЕНИЕМ

Образование – необходимое условие подготовки к жизни и труду, основное средство приобщения человека к культуре и овладения ею; фундамент развития культуры. Основной путь получения образования – обучение в различных учебных заведениях [1].

В современных условиях эффективное функционирование рынка труда невозможно без эффективно действующего рынка образования. Рыночные отношения вносят в систему образования элементы саморегулирования. Это спо-