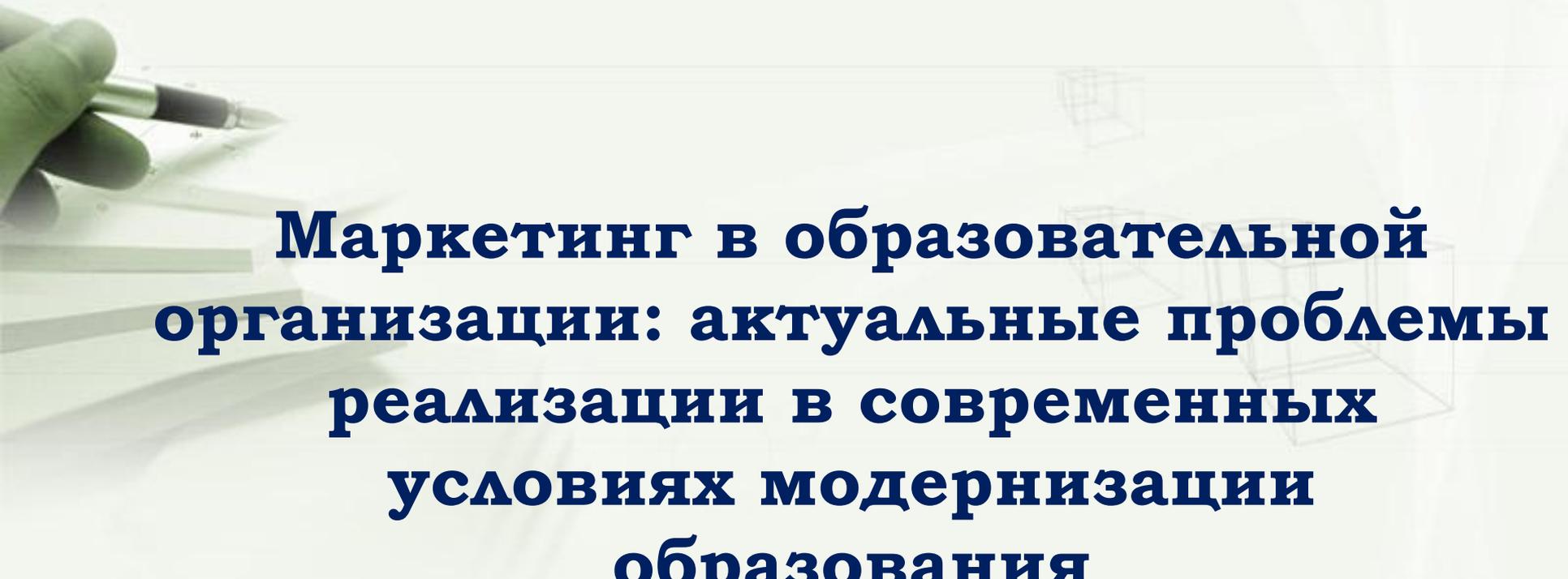




**Московский государственный университет технологий и  
управления им. К.Г. Разумовского  
(ПКУ)**



**Маркетинг в образовательной  
организации: актуальные проблемы  
реализации в современных  
условиях модернизации  
образования**

LOGO

© Григорьянц И.А.

# Маркетинг в образовательной организации

## Важные аспекты для педагога

- педагогический интерес. Информация должна вписываться в рамки школьной программы;
- объективность информации. Учителям необходимо удостовериться, что информация не окажет на детей негативного влияния;
- материал не должен быть «слишком коммерческим», нежелательно чрезмерное использование логотипов;
- гибкость. Для педагогов важно иметь возможность свободно распоряжаться материалами, предоставленными производителями, т.е. самостоятельно решать, каким образом лучше донести информацию до детей.

# Маркетинг в образовательной организации

**Школа – важнейший стратегический элемент в системе государства**

# Маркетинг в образовательной организации

## Функции школьного образования

- учебно-воспитательная, включающая в себя обучение и воспитание обучающихся;
- удовлетворение потребности обучающихся в самообразовании и получении дополнительного образования;
- организационная, предполагающая организацию образовательного процесса, в том числе разработку учебного плана и расписания занятий;
- разработка и принятие локальных актов;
- управленческая, включающая в себя управление школой;
- осуществление финансово-хозяйственной деятельности, в том числе оказание платных образовательных услуг, ведение предпринимательской и иной, приносящей доход, деятельности;
- развитие материально-технической базы в пределах, закрепленных за школой бюджетных и собственных средств.

# Маркетинг в образовательной организации

## Высшее образование

**Одной из важнейших функций вуза в современных условиях является генерирование инновационных идей**

Резник Г.А. и соавторы

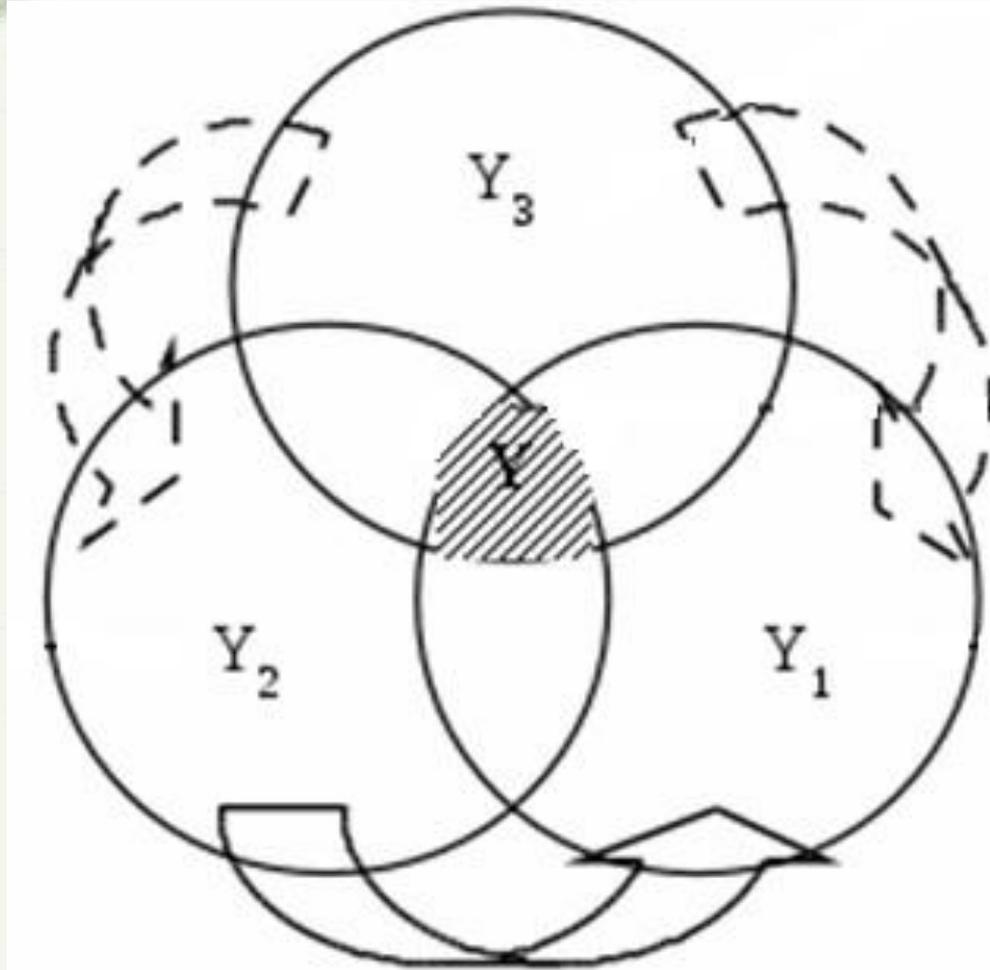
# Маркетинг в образовательной организации

Федеральный закон от 2 августа 2009 г. № 217-ФЗ  
«О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности»

# **Рынок труда**

- Наемные работники
- Работодатели
- Государство

# Маркетинг в образовательной организации



$$Y = Y_1 * Y_2 * Y_3$$

$Y$  – область устойчивости

$Y_1$  – Школа

$Y_2$  – ВУЗ

$Y_3$  – Работодатель

**Устойчивость социально-экономической среды региона (государства)**

**Позиционирование  
ШКОЛЫ**

# Маркетинг в образовательной организации

**СПАСИБО!**