

**РЕЗЮМЕ**  
**выпускной квалификационной работы**  
**Рудометкиной Эльвиры Павловны**  
**на тему: Совершенствование маркетингового управления высшим**  
**учебным заведением (на примере ФГБОУ ВПО «ПГЛУ»)**

**Тема ВКР:** Совершенствование маркетингового управления высшим учебным заведением (на примере ФГБОУ ВПО «ПГЛУ»)

**Автор ВКР:** Рудометкина Эльвира Павловна

**Научный руководитель ВКР:** канд. пед. наук, доцент кафедры инноватики, управления и права Г.А. Михеева

**Сведения об организации-заказчике:** Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Пятигорский государственный лингвистический университет». Адрес: г. Пятигорск, пр-т Калинина 9.

**Актуальность темы исследования:** Маркетинговый подход как неотъемлемый элемент рынка имеет свою специфику в сфере оказания образовательных услуг. Она проявляется в том, что вуз работает одновременно на двух рынках – рынке образовательных услуг и рынке труда. Учет требований рынков, тщательное изучение как потенциальных потребителей образовательных услуг, так и ситуации на рынке труда, а затем и разработка соответствующего комплекса маркетинга – все эти мероприятия позволят увеличить доступность образования для каждого сегмента потребителей, повысить качество образовательных услуг и эффективность работы образовательных учреждений. Данный факт свидетельствует о высоком уровне актуальности проблемы изучения основ построения и совершенствования маркетинговой деятельности образовательного учреждения.

**Цель:** разработка путей повышения эффективности маркетингового управления образовательным учреждением.

**Задачи:**

- исследовать маркетинговое управление как основу устойчивого развития бизнеса;
- изучить ключевые составляющие процесса маркетингового управления и его алгоритм;
- исследовать сущность управления развитием высшего учебного заведения с использованием маркетинговых инструментов;
- проанализировать современную специфику маркетингового управления высшим учебным заведением в РФ;
- изучить особенности маркетингового управления исследуемым учреждением;
- разработать способы повышения эффективности маркетингового управления в ФГБОУ ВПО «ПГЛУ» в современных условиях.

**Теоретическая значимость работы.** В исследовании раскрыты теоретические основы управления маркетинговой деятельностью, выявлена её сущность, задачи и функции, обоснованы принципы планирования и организации,

проанализирована специфика маркетингового управления в сфере образовательных услуг, что позволяет углубить теоретические представления о направлениях, формах и методах совершенствования эффективности управления маркетинговой деятельностью в конкретном учреждении.

**Практическая значимость исследования.** Отдельные положения работы, раскрывающие основные способы повышения эффективности реализации маркетинговой деятельности учреждений ВПО, могут быть использованы исследуемой организацией, а также иными образовательными учреждениями.

**Результаты исследования:**

– маркетинговое управление представляет собой анализ и планирование, реализацию и контроль над проведением различных мероприятий, которые направлены на установление, поддержание и постоянное усовершенствование обмена с потребителями ради достижения конкретных целей компании;

– анализ структуры системы и процесса управления маркетинга показал, что основными структурными элементами являются изучение рынка, сегментация, работа с комплексом маркетинга, а также реализация маркетинговых мероприятий в аспекте организации маркетинговой деятельности в компании;

– современная специфика отрасли предоставления образовательных услуг обусловила своеобразный подход к ведению маркетинговой деятельности всей отрасли и отдельных учреждений. Классический комплекс маркетинга реализуется в некоммерческих образовательных учреждениях с учетом государственного регулирования данной сферы, а организация маркетинговой деятельности привязана к специфике функционирования образовательных учреждений;

– ФБОУ ВПО «ПГЛУ» представляет собой современное образовательное учреждение, активно развивающееся на основе принципов функционирования государственных вузов РФ. Продвижение образовательных услуг и развитие вуза как элемента рынка образовательных услуг страны и региона производится силами отдела маркетинга и образовательных инноваций УМУ;

– анализ осуществления маркетинговой деятельности ПГЛУ показал, что на данный момент в вузе активно реализуется процесс маркетинговых исследований как рынка в целом, так и потребителей образовательных услуг. В этой связи нами были разработаны рекомендации по возможному развитию маркетинговой деятельности, которые, в случае даже частичной реализации, могли бы способствовать более эффективному построению маркетинга в вузе.

**Рекомендации:** для повышения эффективности маркетингового управления ФБОУ ВПО «ПГЛУ» нами была разработана и предложена возможная модель построения стратегического маркетингового управления, подразумевающая комплексное взаимодействие различных подразделений вуза в процессе реализации основных функций маркетинга. Мы полагаем, что даже частичное следование разработанным рекомендациям позволит повысить эффективность маркетингового управления исследуемым вузом.