Диссер**: «Разработка маркетинговой стратегии нового продукта в целях укрепления образовательного бренда**

**Стр\_90**

Введение

1 Теоретические аспекты маркетинговых стратегий нового продукта в целях укрепления образовательного бренда и тенденции развития рынка образовательных услуг

1.1 Маркетинговая стратегия образовательного учреждения: сущность и теоретические аспекты

1.2 Социальный маркетинг и тенденции развития рынка образовательных услуг за рубежом и Республике Казахстан

2 Анализ современной практики деятельности частной школы на образовательном рынке Казахстана.

2.1 Исследование и анализ деятельности частной школы и конкурентной среды

2.2 Исследование и анализ предпочтений клиентов в отношении инклюзивного образования

3. Стратегия внедрения инклюзивного образования в практику деятельности школы

Заключение

Список использованных источников

**Заключение**

Проведенное в диссертационной работе исследование позволило сделать следующие выводы и рекомендации.

Разработка маркетинговой стратегий для предприятия является одним из главных условий устойчивого, а так же эффективного функционирования на современном этапе социально-экономического развития. Понятие «маркетинговая стратегия» подразумевает не только ее разработку, но также и последовательную ее реализацию. В настоящих экономических условиях маркетинговая стратегия является одной из самых главных элементов экономической и общественной деятельности. От результативности маркетинговой стратегии непосредственно находится в зависимости результативность деятельности всей компании. Современная концепция маркетинга подразумевает исследование внешнего рынка для дальнейшей ориентации производственного процесса на использование в процессе деятельности тех услуг, которые могут иметь сбыт.

**Список использованных источников**

1. Указ Президента Республики Казахстан от 1 марта 2016 года № 205. Государственная программа развития образования и науки Республики Казахстан на 2016-2019 годы // Казахстанская правда. – 2016. - №24. – С. 7
2. Назарбаев Н. А. Послание Президента народу Казахстана. Казахстанский путь – 2050: Единая цель, единые интересы, единое будущее // Казахстанская правда. – 2018. - №138. – С. 6
3. Альбекова А. Около 150 тысяч детей в РК имеют статус «с особыми образовательными потребностями» // https://inbusiness.kz/ru/last/okolo-150-tysyach-v-rk-detej-imeyut-status-%C2%ABs-osobymi-obra
4. Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для СПО / Н. П. Реброва. - Москва : Издательство Юрайт, 2018. - 277 с.
5. Ансофф И., Стратегическое управление. – Москва: Экономика, 2014. – 520 с.