Кр\_маркетинговые исследования в системе образования

Стр\_27

[Введение](#_Toc48052810)

[1 Теоретические аспекты маркетинговых исследований в образовательном учреждении](#_Toc48052811)

[1.1 Сущность и роль маркетинга в образовании](#_Toc48052812)

[1.2 Характеристика этапов и видов маркетинговых исследований в сфере образования](#_Toc48052813)

[2 Маркетинговое исследование конкурентоспособности](#_Toc48052814)

[2.1 Цели и методы маркетингового исследования](#_Toc48052815)

[2.2 Проведение маркетингового исследования конкурентоспособности](#_Toc48052816)

[2.3 Отчет по результатам маркетингового исследования](#_Toc48052817)

[Заключение](#_Toc48052818)

[Список использованной литературы](#_Toc48052819)

# Заключение

**Маркетинг представляет собой** социальный и управленческий процесс, при помощи которого физические или юридические лица удовлетворяют собственные потребности посредством создания товаров и потребительских ценностей, а также осуществления взаимообмена ими.

Основным задачами маркетинга являются:

- изучение потребителей;

- исследование важнейших мотивов его поведения на рынке;

- анализ собственного рынка предприятия;

- исследования продукта;

- анализ форм и каналов сбыта продукции;

- анализ объема продаж предприятия;

- изучение конкурентов, определение форм и уровня конкурентов;

- исследование рекламной деятельности;

- изучение «ниши» рынка, т. е. области производственной и коммерческой деятельности, в которой предприятие имеет наилучшие возможности по реализации своих преимуществ .

# Список использованной литературы

1 Котлер Ф. Основы маркетинга. 5-е европейское изд / Ф. Котлер, А. Гари. - М.: Вильямс, 2015. - 752 c.

2 Хойер В. Как делать бизнес в Европе, М:, 2018. - 320 с.;

3 Герчиков И.Н. Маркетинг.часть первая Методические рекомендации по организации маркетинговых исследований, М: , 2015. - 240 с.;

4 Котлер Ф.Маркетинг менеджмент , Санкт-Петербург, «Питер», 2011. - 270 с.;

5 Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – М.: Изд-во Финпресс, 2018. - 261 с.;