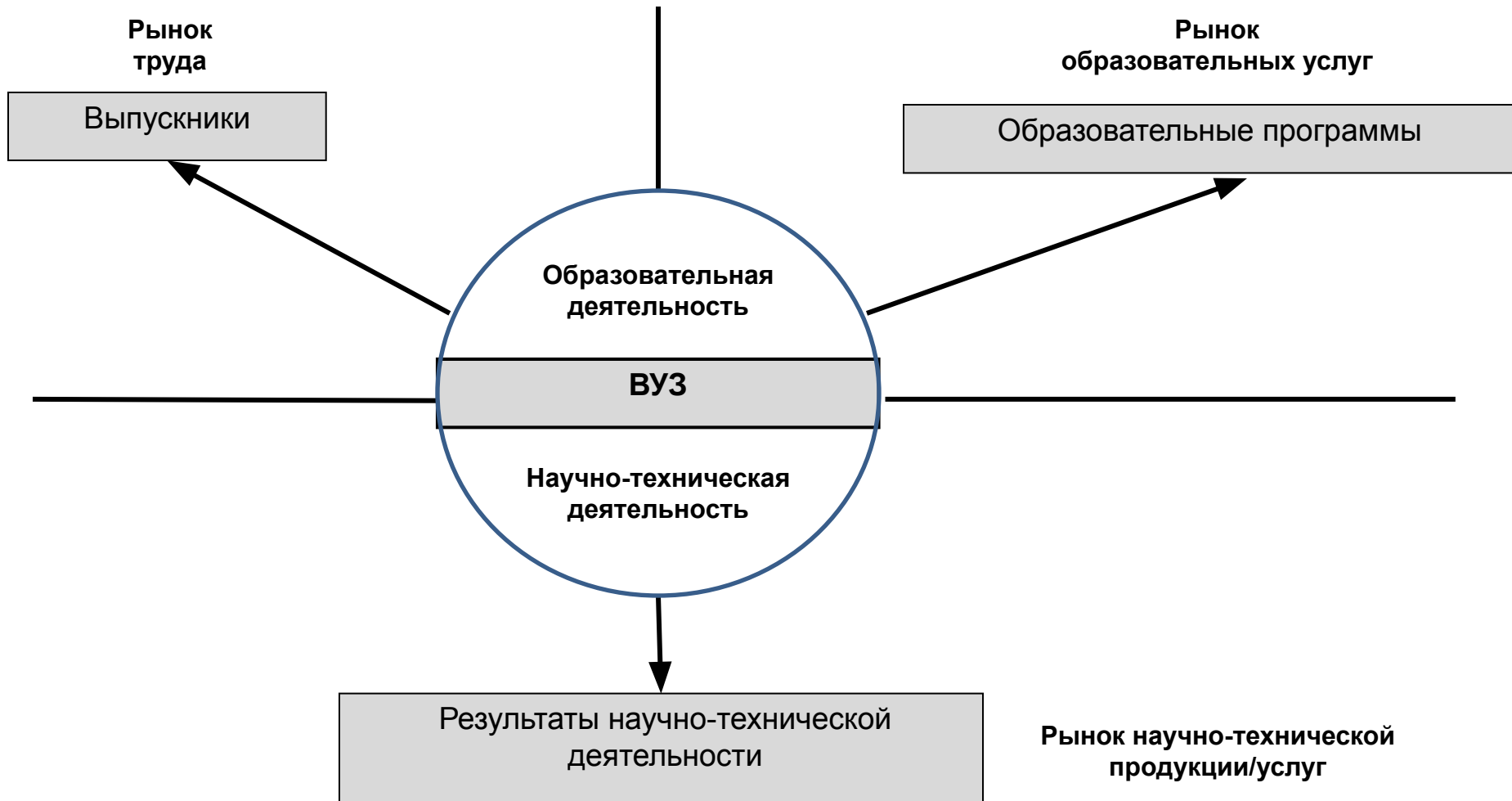


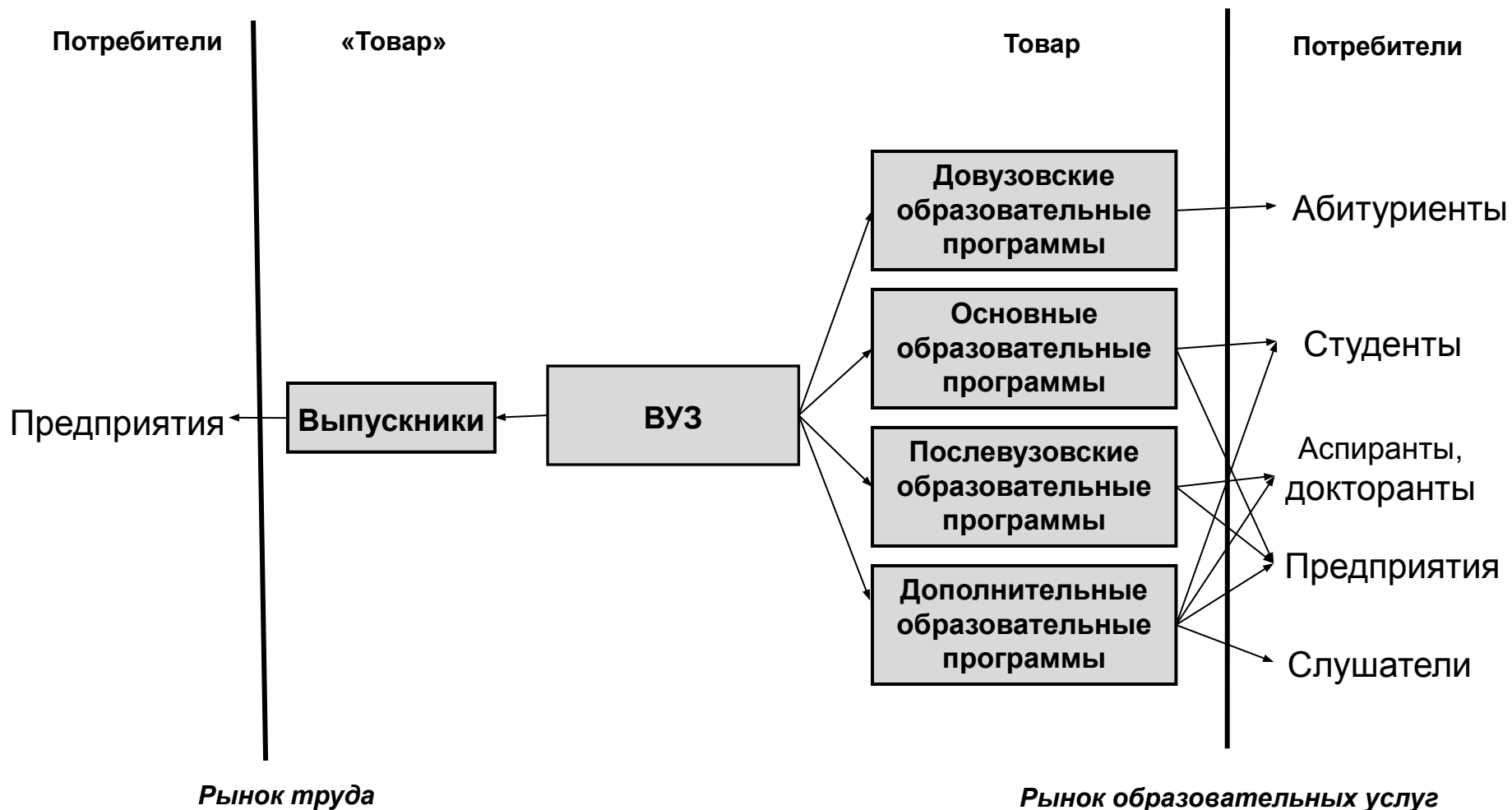


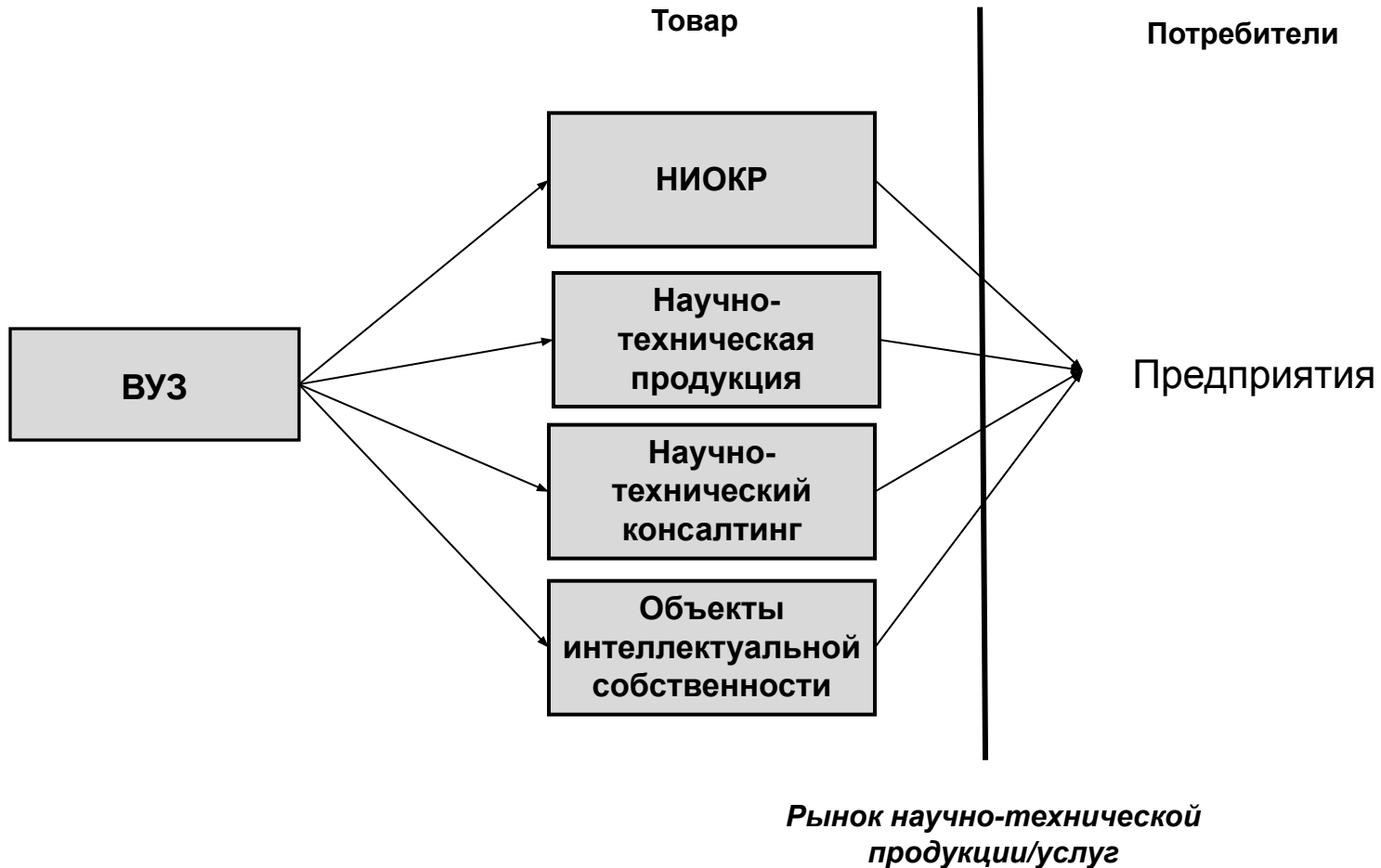
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭЛЕКТРОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ «ЛЭТИ»

# Организация маркетинга в вузе

*Санкт-Петербург*







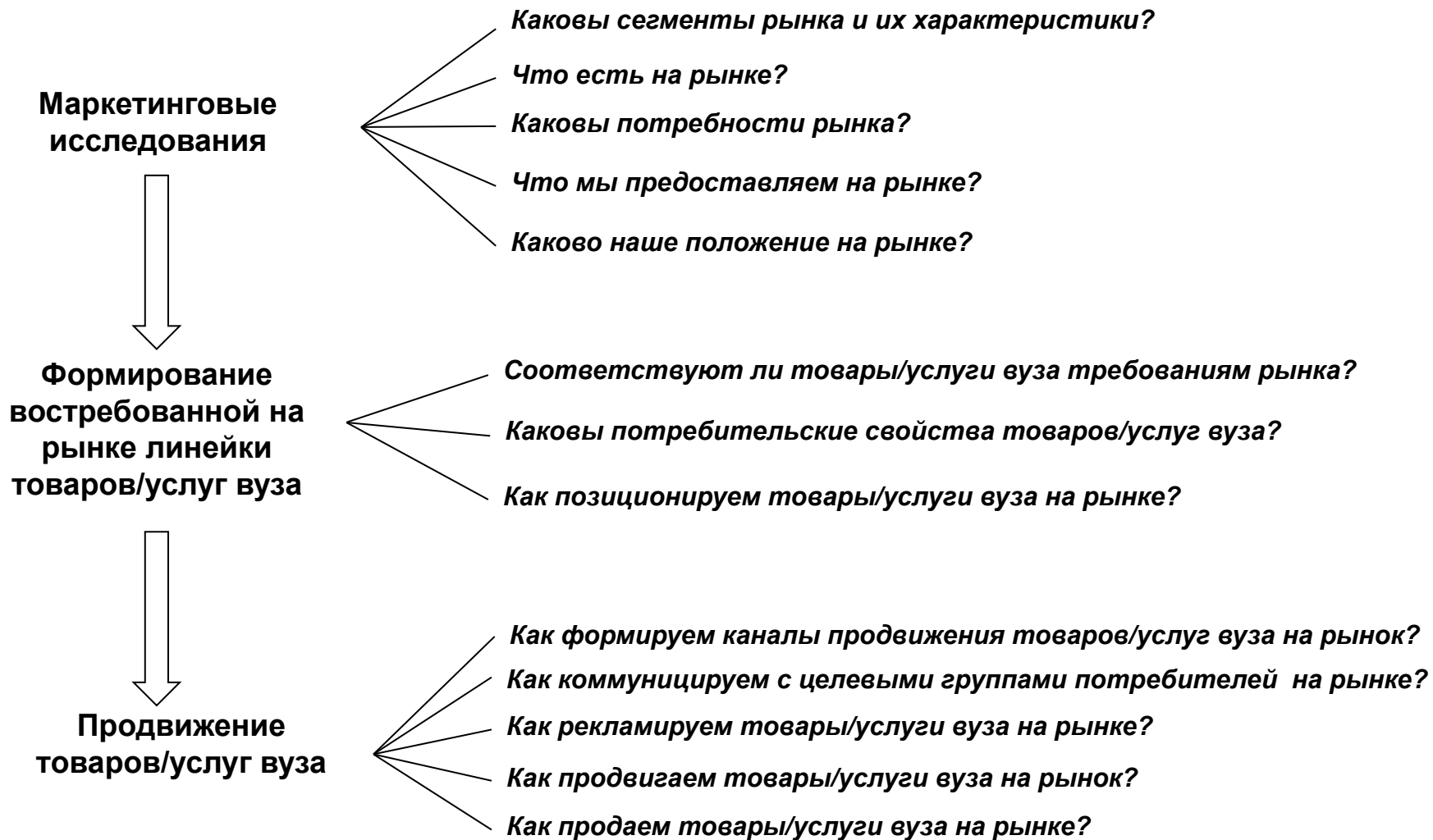
**Маркетинг** в вузе – это деятельность, направленная на достижение целей вуза на профильных рынках образовательных услуг, научно-технической продукции и услуг, а также на рынке труда.

## **Применение маркетинга в деятельности вуза:**

- ✓ способствует рыночной ориентации вуза;
- ✓ помогает формированию стратегии развития вуза;
- ✓ способствует поддержке имиджа вуза;
- ✓ позволяет оценивать положение вуза на рынке;
- ✓ способствует укреплению позиций вуза на рынке;
- ✓ способствует удовлетворению потребностей всех целевых групп потребителей вуза.

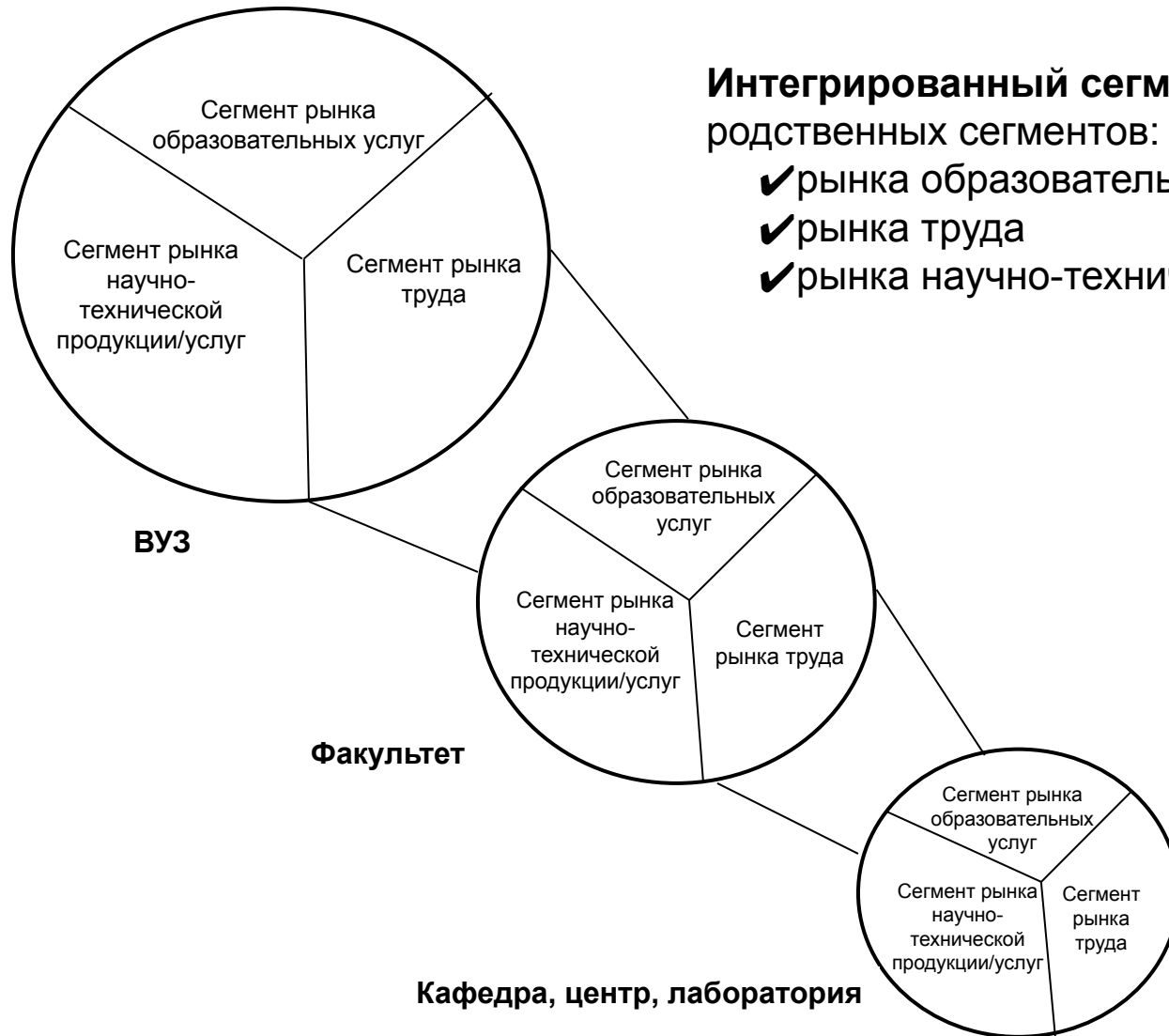
**Формирование способности вуза к  
эффективному развитию в условиях  
рынка**

**Создание целостной системы,  
обеспечивающей рыночную ориентацию  
вуза и каждого его подразделения**



	<i>Рынок образовательных услуг</i>	<i>Рынок труда</i>	<i>Рынок научно-технической продукции/услуг</i>
<i>Маркетинговые исследования</i>			
<i>Формирование востребованной на рынке линейки товаров/услуг вуза</i>			
<i>Продвижение товаров/услуг вуза</i>			

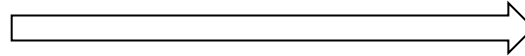




**Интегрированный сегмент – совокупность родственных сегментов:**

- ✓ рынка образовательных услуг
- ✓ рынка труда
- ✓ рынка научно-технической продукции/услуг

Служба маркетинга



Предоставление услуг по  
организации маркетинговой  
деятельности в  
интегрированном сегменте

Подразделения вуза

Служба маркетинга

Маркетинговые исследования на рынках  
труда, образовательных услуг, научно-  
технической продукции и услуг

Подразделения вуза

Формирование востребованной на рынке  
линейки товаров/услуг вуза

Продвижение товаров/услуг вуза на  
рынке

## Методическая основа маркетинговых исследований в вузе, разработанная службой маркетинга:

- ✓ Процесс и задачи маркетинговых исследований в вузе.
- ✓ Методика планирования и проведения маркетингового исследования.
- ✓ Методика анализа первичной информации, полученной в маркетинговом исследовании, с использованием MS Excel и SPSS.
- ✓ Организация процесса предоставления услуг службой маркетинга в проведении маркетинговых исследований для подразделений СПбГЭТУ.
- ✓ Методика составления отчетных материалов по маркетинговому исследованию.

## Методы проведения маркетинговых исследований, используемые службой маркетинга:

- ✓ Анкетирование (личное, телефонное).
- ✓ Опросы по электронной почте.
- ✓ Глубинные экспертные интервью.
- ✓ Анализ вторичных источников информации (СМИ, Интернет, специализированные источники информации).



**Санкт-Петербургский государственный  
электротехнический университет «ЛЭТИ»**

**Служба маркетинга  
(812) 234-29-17  
[marketing\\_office@mail.ru](mailto:marketing_office@mail.ru)**