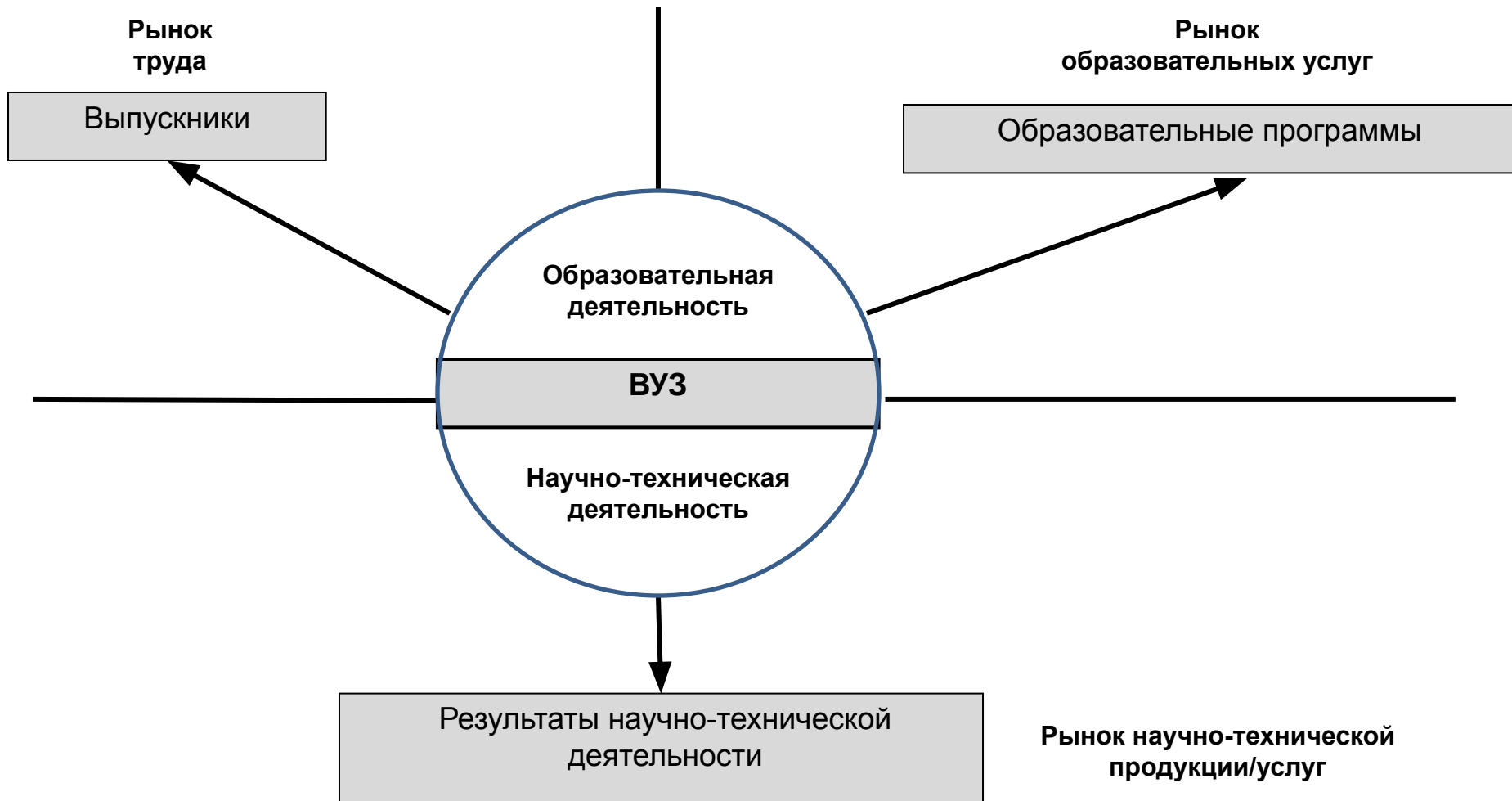


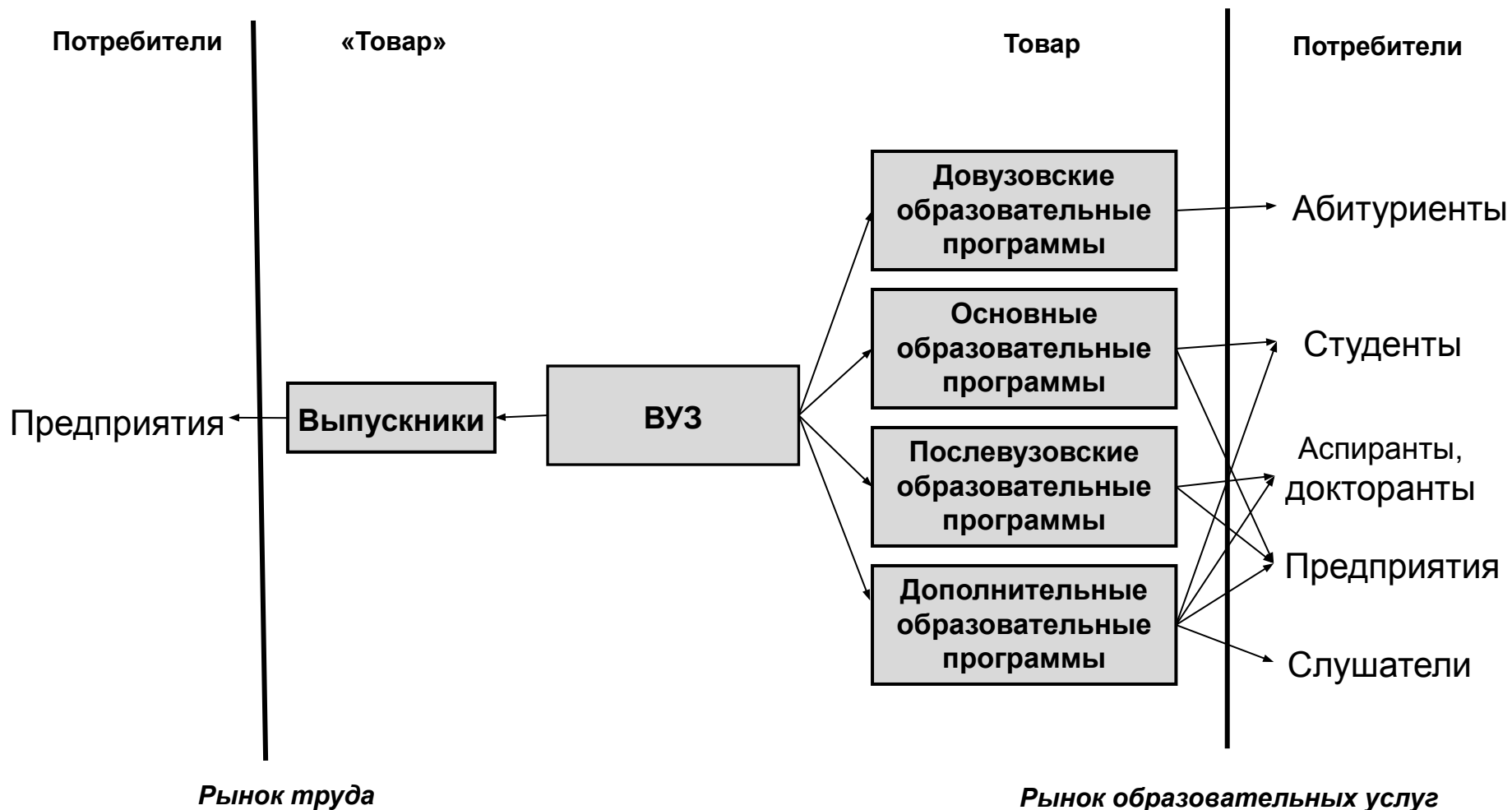


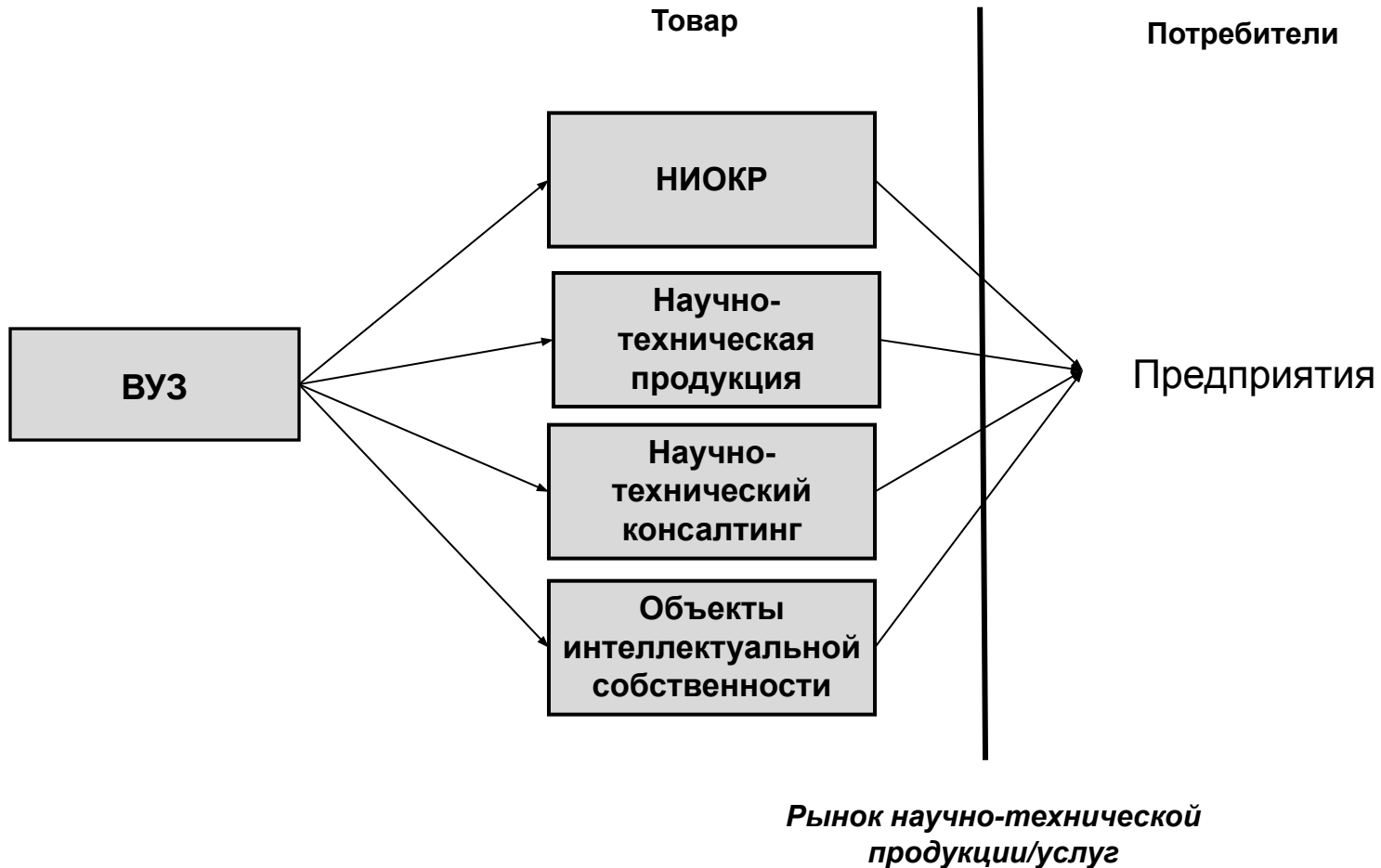
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭЛЕКТРОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ «ЛЭТИ»

Организация маркетинга в вузе

Санкт-Петербург







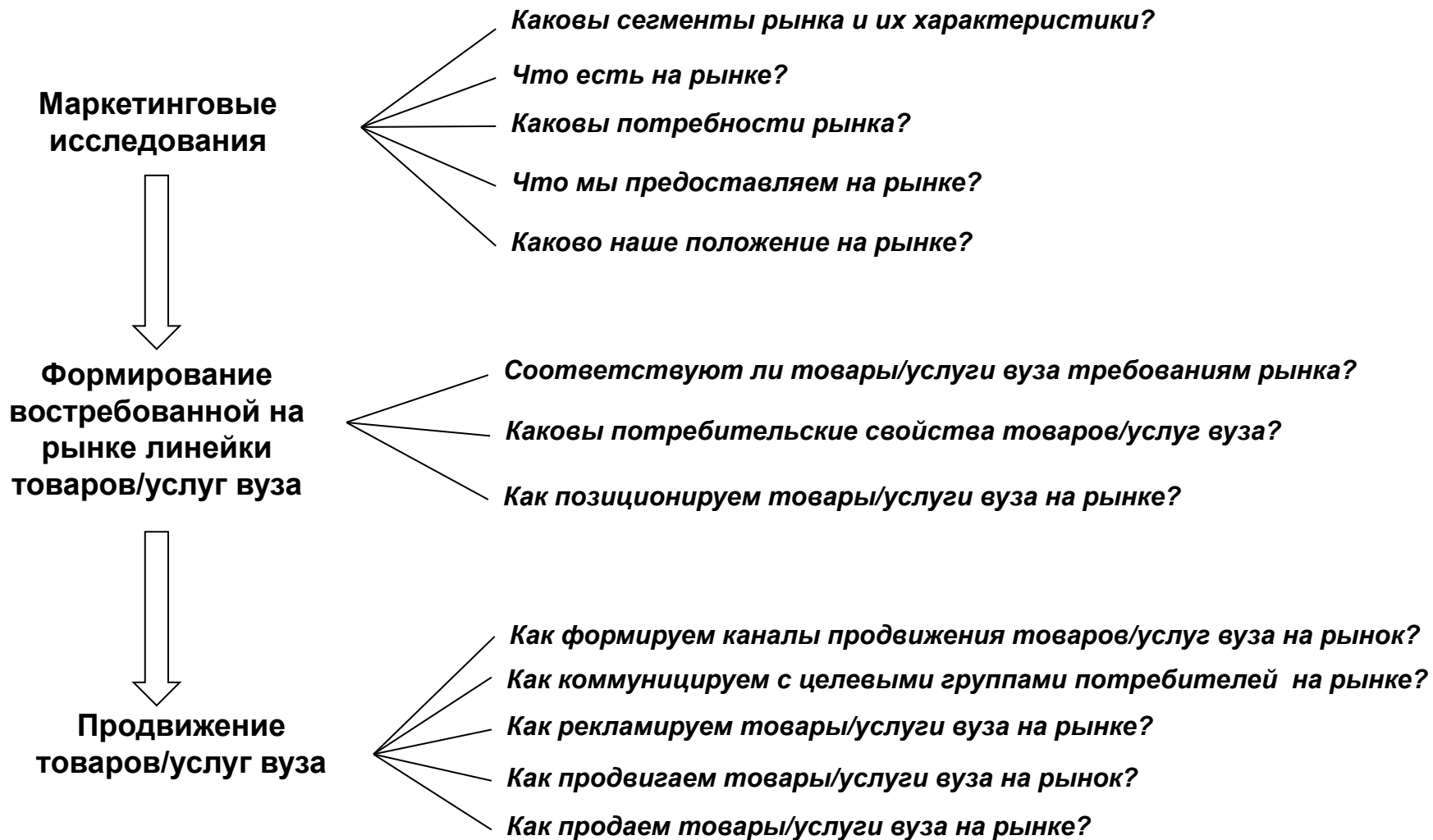
Маркетинг в вузе – это деятельность, направленная на достижение целей вуза на профильных рынках образовательных услуг, научно-технической продукции и услуг, а также на рынке труда.

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**



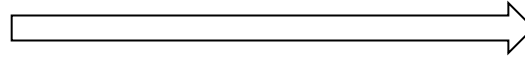
	<i>Рынок образовательных услуг</i>	<i>Рынок труда</i>	<i>Рынок научно-технической продукции/услуг</i>
<i>Маркетинговые исследования</i>			
<i>Формирование востребованной на рынке линейки товаров/услуг вуза</i>			
<i>Продвижение товаров/услуг вуза</i>			



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**