



Гайнутдинов Р.М.
Gainutdinov R.M.

Маркетинговый подход и факторы успеха в деятельности образовательных организаций

The Marketing Approach and Success Factors in the Performance of Educational Organizations

Маркетинг как взгляд на объект, процесс и результаты деятельности с точки зрения клиента. Маркетинговые исследования – инструмент обратной связи и изучения клиента. Имидж и факторы, влияющие на его формирование. Психологические аспекты внебюджетной деятельности как средства формирования маркетингового мышления. Факторы успеха и фокус конкуренции проявляют ключевые факторы успеха ОУ. Об этом данная статья.

Marketing as a view of the object, process and outcomes of performance from the customer's point of view. Marketing research as a tool of feedback and customers' research. Image and factors influencing its formation. Psychological aspects of non-budgetary activities as a means of forming marketing thinking. Success factors and competition focus show key success factors of an educational organization.

Ключевые слова: маркетинг; имидж; маркетинговое мышление; факторы успеха; фокус конкуренции; конкурентные преимущества.

Key words: marketing; image; marketing thinking; success factors; competition focus; competitive advantage.