

ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ВНУТРИОРГАНИЗАЦИОННОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ВУЗОВ (на примере организаций высшего образования Краснодарского края)



Вандрикова Оксана Владимировна,

соискатель, Краснодарский кооперативный институт (350015 г. Краснодар, ул. им. Митрофана Седина, 168/1)
azksen@mail.ru



Ходырева Татьяна Викторовна,

соискатель, Краснодарский кооперативный институт (350015 г. Краснодар, ул. им. Митрофана Седина, 168/1)
Tatjana23_krd@mail.ru

Статья посвящена описанию результатов полевого исследования действующего контингента студентов государственных и частных образовательных организаций высшего образования Краснодарского края, целью которого явилась оценка маркетингового и коммерческого потенциала предоставления услуг ДПО студентам и слушателям в ходе основного образовательного процесса. Полученные данные могут быть использованы во внутриорганизационной маркетинговой деятельности образовательных организаций высшего и дополнительного профессионального образования.

Ключевые слова: внутриорганизационный маркетинг, дополнительное профессиональное образование, маркетинговые исследования.

Региональная система высшего образования Краснодарского края в настоящее время обладает следующими достоинствами:

- ◆ наличие достаточного числа вузов обеспечивает возможность ведения полноценных конкурентных процессов, как между государственными и муниципальными и частными вузами, так и внутри этих структурных групп;
- ◆ наличие определенного инновационного потенциала крупнейших государственных вузов региона;
- ◆ наличие профессорско-преподавательского состава, характеризующегося достаточно высоким уровнем квалификации и профессиональной компетентности;
- ◆ высокие инфраструктурные возможности в части удаленного доступа к образовательным

ресурсам вузов с помощью сети Интернет.

В то же время образовательная деятельность вузов региона имеет следующие слабые стороны:

- ◆ имеется резерв по сокращению числа и масштабов деятельности вузов;
- ◆ недостаточные темпы модернизации материально-технической базы образовательного процесса (дефицит площадей аудиторий, лабораторий, технической инфраструктуры обучения, компьютерной техники и т. д.);
- ◆ отставание в масштабах и эффективности маркетинговой деятельности образовательных организаций, как группы государственных и муниципальных, так и частных вузов;

◆ отсутствие единых стандартов оценки качества профессиональной компетенции выпускников, недостаточный уровень их профессиональной подготовленности в сравнении с требованиями работодателей на региональном рынке труда.

К числу наиболее существенных возможностей развития вузов Краснодарского края необходимо отнести:

- ◆ перспективы наращивания базы научных исследований и разработок;
- ◆ наличие и возможность взаимодействия с иностранными партнерами — как вузами, так и предприятиями-работодателями;
- ◆ возможность финансирования научной деятельности с привлечением грантов;
- ◆ сотрудничество с администрацией Краснодарского края по