

9-10-2019

## TO QUESTIONS OF IMPROVING MARKETING IN EDUCATION

Nilufar Muratovna Nabieva

*Ferghana Polytechnic Institute Lecturer, Department of Economics*

Follow this and additional works at: <https://uzjournals.edu.uz/namdu>



Part of the [Education Commons](#)

---

### Recommended Citation

Nabieva, Nilufar Muratovna (2019) "TO QUESTIONS OF IMPROVING MARKETING IN EDUCATION," *Scientific Bulletin of Namangan State University*. Vol. 1 : Iss. 8 , Article 24.

Available at: <https://uzjournals.edu.uz/namdu/vol1/iss8/24>

This Article is brought to you for free and open access by 2030 Uzbekistan Research Online. It has been accepted for inclusion in Scientific Bulletin of Namangan State University by an authorized editor of 2030 Uzbekistan Research Online. For more information, please contact [brownman91@mail.ru](mailto:brownman91@mail.ru).

---

## TO QUESTIONS OF IMPROVING MARKETING IN EDUCATION

Cover Page Footnote

???????

Erratum

???????

## К ВОПРОСАМ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МАРКЕТИНГА В ОБРАЗОВАНИИ

Набиева Нилуфар Муратовна

Ферганский политехнический институт Преподаватель кафедры «Экономика»

*Аннотация:* В данной статье освещаются вопросы, связанные с маркетингом в образовательной сфере. Приводятся доводы в пользу проведения маркетинговых мероприятий в образовательной сфере. Дана оценка проводимым реформам в образовании.

*Ключевые слова:* маркетинг, образование, высшие учебные заведения, реформы

## ТАЪЛИМ ЖАРАЁНИДА МАРКЕТИНГНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИГА

Набиева Нилуфар Муратовна

Фаргона политехника институти “Иқтисодиёт” кафедраси ўқитувчиси

*Аннотация:* Ушбу мақолада таълим жараёнига маркетингни жорий этиш масалалари ёритилган. Таълим жараёнида маркетинг тадбирларини ўтказиш бўйича фикр-мулохазалар келтирилган. Таълим жараёнидаги ислохотларга баҳо берилган.

*Калит сўзлар:* олий таълим, маркетинг, олий таълим муассасалари, ислохотлар

## TO QUESTIONS OF IMPROVING MARKETING IN EDUCATION

Nabieva Nilufar Muratovna

Ferghana Polytechnic Institute Lecturer, Department of Economics

*Abstract:* This article highlights issues related to educational marketing. Arguments are given in favor of marketing activities in the educational field. The assessment of ongoing reforms in education is given.

*Keywords:* marketing, education, higher education institutions, reforms

На сегодняшний день в образовательной системе Узбекистана происходят коренные изменения. Нарастает партнёрство в данной сфере с образовательными высшими учебными заведениями иностранных государств. Президент страны Ш.Мирзиёев в своих выступлениях неоднократно высказывался о проводимых реформах в образовательной сфере.

*«Необходимо поднять качество общего среднего образования на новый этап. При этом исходя из того, какие навыки будет получать учащийся в каждом классе, нужно пересмотреть государственные образовательные стандарты и учебные планы. Предстоит создать и издать учебники на основе самых современных методик, усилить в школах такие направления, как технологии, основы инженерии, математика, искусство, иностранные языки, переоснастить предметные лаборатории. Следует также уделить внимание обеспечению преемственности систем дошкольного и высшего образования» [1]*

Мы в своей статье хотели бы обратить внимание на понятие маркетинга в образовании. В данном случае продуктом выступают образовательные услуги. В

современное время в нашей стране наряду с государственными образовательными учреждениями успешно функционируют и частные учебные заведения.

И в этом контексте актуальность приобретает маркетинг в образовании. Потребитель образовательных услуг – это население нашей страны. В наш информационный XXI век каждый родитель хочет, чтобы его ребёнок получил качественное образование. И в данном случае он будет опираться на маркетинг в образовании. Так как именно маркетинговые службы в образовательной сфере могут предоставить информацию потенциальному потребителю об ассортименте предоставляемых услуг. В недавнем прошлом услуги в этой сфере ограничивались лишь государственными учебными заведениями, но в настоящее время появился ряд негосударственных частных учебных заведений, и здесь потребитель этих услуг может сделать сам выбор в пользу одного или другого учебного заведения ознакомившись с их деятельностью.

Образовательные услуги помогают удовлетворить потребность человека в получении знаний, умений, навыков и присвоении определённой квалификации. Высшие учебные заведения Узбекистана не могут полностью удовлетворить спрос на образовательные услуги, так как спрос значительно превышает предложение. В 2019 году более одного миллиона абитуриентов подали заявления в ВУЗы Узбекистана. Согласно статистическим данным наибольшее количество заявлений подано в Самаркандский государственный университет – 74377 (42197 – на дневное отделение), Андижанский госуниверситет – 45977 (29288), Каршинский госуниверситет – 44676 (24899), Ферганский госуниверситет – 42118 (26259) и Ургенчский госуниверситет – 39405 (25959). В этой связи можно отметить, что наличие филиалов иностранных учебных заведений помогает решить данную проблему, так как абитуриенты не поступившие в отечественные ВУЗы имеют дополнительную возможность получить высшее образование в данных учебных заведениях. На сегодняшний день спрос на образовательные услуги вышеуказанных учебных заведений растёт в геометрической прогрессии.

Отдельного внимания заслуживает тот факт, что актуальным становится организация учебных центров, которые предоставляют услуги образовательного характера, имеющих свою специфику. Это обучение языкам – английскому, русскому, немецкому, корейскому и другим.

Основная цель маркетинга в образовании состоит именно в том, чтобы дать носителю комплекса образовательных мероприятий определённые конкурентные преимущества.

Как известно образование не является свободно конвертируемым, а напрямую связано с каждым отдельным лицом, который участвует в этом процессе. В этой связи для каждого потребителя образовательных услуг важно, чтобы они предоставлялись качественно и наиболее оптимальным образом.

Продукт, который предлагает учебное заведение, определяющий качество образования и создающий его имидж, характеризуется рядом показателей:

- компетентность учебного заведения (по оценке студентов);
- удельный вес преподавателей с учеными степенями и званиями;
- оплата за обучение;

- формы обучения;
- технологическая и компьютерная вооруженность учебного процесса;
- наличие спецкурсов и дополнительных образовательно-профессиональных услуг;
- присваиваемая квалификация при обучении;
- степень индивидуализации учебного процесса;
- исторические традиции учебного заведения;
- востребованность выпускников;
- связи с предприятиями;
- обмен опытом с вузами аналогичного направления;
- инновационный потенциал; [2]

Следует отметить, что к 2030 году Узбекистан намерен войти в 30-ку ведущих стран мира по рейтингу Международной программы по оценке образовательных достижений учащихся PISA. Для этого в республике проведут кардинальную реформу образовательной сферы.

По словам авторов документа, на подготовку будущих специалистов негативно влияют методики современного образования. Программа больше направлена на заучивание и не способствует развитию критического мышления и самостоятельного поиска и анализа информации.

- При этом наблюдается острая нехватка учителей в горной и пустынной местностях. Для студентов из отдаленных районов не предусмотрены льготы, в результате чего эти области остаются без квалифицированных кадров. [3]

Для потребителей образовательных услуг так же немаловажное значение имеет наличие соответствующей инфраструктуры. Предположим сети общественного питания (столовых, буфетов и т.д.), наличие общежития и другие необходимые условия для получения полноценного образования. Можем привести пример: ферганский политехнический институт расположен в качестве апрелённого архитектурного ансамбля. Учебные корпуса находятся в непосредственной близости от общежития для студентов. Расстояние между общежитием и учебными корпусами от 50 до 100 метров включительно. Это удобство для студентов, проживающих в общежитии и экономия их бюджета с вычетом транспортных расходов. Рядом находится столовая, в самом учебном заведении информационный ресурсный центр с необходимыми ресурсами. На территории ВУЗа студенты могут воспользоваться и интернет-услугами в том числе.

Выделим ряд проблем, которые встают перед образовательным учреждением в связи с разработкой и внедрением комплекса маркетинга:

1. Ожидаемые характеристики абитуриентов – будущих учащихся.
2. Востребованность образовательных программ потребителями системы образования (учащиеся, родители, работодатели, государство). Адекватное соотношение общекультурных, фундаментальных и прикладных компетенций.
3. Длительность освоения программ.
4. Месторасположение и тип образовательной организации.
5. Технологии обучения и результат оказания услуг.
6. Качественная характеристика профессорско-преподавательского состава.

7. Используемые инновационные средства обучения, обеспеченность учебного процесса современным лабораторным оборудованием.

- Возможности реализации учащимися своих идей в ходе научных изысканий. .

[4]

Наряду с вышесказанным следует отметить, что немаловажное значение в ходе образовательного процесса имеет так же наличие определённых моральных и духовных ценностей в высшем учебном заведении, которые передаются из поколения в поколение. Это нравственные ценности. Воспитательный аспект и другие.

Целью воспитания студентов высшего образовательного учреждения необходимо считать разностороннее развитие личности будущего конкурентоспособного специалиста с высшим профессиональным образованием, обладающего высокой культурой, интеллигентностью, социальной активностью, качествами гражданина-патриота. [5]

#### References:

1. <https://kun.uz/ru/news/2018/07/17/savkat-mirzиеev-neobhodimo-podnat-kacstvo-obsego-srednego-obrazovania-na-novyj-etap>
2. <https://cyberleninka.ru/article/v/marketing-v-obrazovatelnoy-deyatelnosti>
3. <https://uz.sputniknews.ru/Uzbekistan/20190430/11398330/ID-karty-i-predmety-po-vyboru-kak-izmenitsya-obrazovanie-v-Uzbekistane.html>
4. Narijnaya N.V. MARKETING V SFERE OBRAZOVANIYA // Innovatsii v nauke: sb. st. po mater. LVI mejdunar. nauch.-prakt. konf. № 4(53). CHast II. – Novosibirsk: SibAK, 2016. – S. 114-117.
5. Usmanova Z.M. “K voprosam effektivnoy organizatsii vospitatelnogo protsessa v sisteme neprerivnogo obrazovaniya ” Respublika ilmiy-nazariy konferensiyasi materiallari To’plami II tom Buxoro 2017 yil 14-15 aprel