

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/referat/218668>

Тип работы: Реферат

Предмет: Образовательная политика

Введение.....	3
1. Рынок образовательных услуг.....	5
2. Понятие образовательной услуги.....	8
3. Понятие и методы конкуренции на рынке образовательных услуг.....	12
Заключение.....	15
Список литературы.....	17

Введение

В наше время очень быстро увеличивается и развивается рынок образовательных предложений. Потребность в специалисте, владеющем своей профессией, является очень актуальной в современном мире. Важно готовить специалистов, готовых выполнять свою работу качественно и ответственно. Эта задача стоит перед образовательными учреждениями, которые готовят специалистов различного профиля. Рынок образовательных услуг разнообразен, это приводит к появлению конкуренции. Для преодоления конкуренции образовательные учреждения должны предоставлять качественные услуги. Важным элементом в преодолении конкуренции на рынке образовательных услуг является реклама. Есть большое количество способов продвижения продуктов и предложений на рынке. Актуальность обучения заключается в том, что за последние годы на рынке образовательных услуг сформировалась сложная обстановка. Помимо основных головных институтов, появляются их филиалы во многих городах. Институт может вести собственную маркетинговую политику, в целях повышения своего престижа среди абитуриентов. Становление рыночных отношений в РФ определило тот факт, что образование из бесплатной услуги, оплачиваемой государством, перевоплотился в продукт, а вернее предложение материального характера. Система образования как институт включает следующие компоненты: Органы управления образованием и подведомственные им учреждения и организации Сеть образовательных учреждений (школы, колледжи, гимназии, лицеи, университеты, академии и т.д.), включая институты повышения квалификации и подготовки преподавателей Творческие союзы, профессиональные ассоциации, общества, научные и методические советы и иные объединения Работа включает в себя введение, 3 пункта, заключение и список литературы.

1. Рынок образовательных услуг

Рынок образовательных услуг – это вещественные отношения членов образовательного процесса: студентов, организаций, предоставляющих образовательные предложения, лиц и организации, оплачивающих эти предложения.

Он активно начал развиваться в 90-е годы.

С переходом государства на рыночную экономику система образования разделилась на два типа:

-государственная

-негосударственная

В настоящее время образовательный рынок отличается огромным разнообразием. Количество институтов, университетов, техникумов и других образовательных учреждений с каждым годом увеличивается.

Следовательно, это приводит к развитию конкуренции на этом рынке.

Несмотря на огромное количество учреждений образования, уровень предоставления знаний и качества оказываемых услуг очень отличается. Так образовательную систему в нашей стране, исследователи делят на три большие группы:

"Белый" сектор представлен коммерческими филиалами муниципальных институтов, негосударственными коммерческими школами и университетами, разными коммерческими курсами (вождения, бухгалтерского учета, программирования, зарубежных языков, увеличения квалификации и т.п.)

"Серый" сектор представлен предложениями муниципальных и негосударственных учебных заведений, а еще лиц, которые не имеет необходимой для работы документации.

Это может быть искажение статистических данных и налоговой отчетности или вступление добавочных сборов в валютной или естественной форме ("добровольческих пожертвований").

"Темный" сектор представлен образовательными учреждениями, действующими без необходимых лицензий, или выполняющими свою работу противоречащую законодательству. Данный сектор отличается тем, что здесь часто встречаются случаи коррупции при поступлении в образовательные учреждения. Если рассматривать систему образования по всей России и в Москве, можно утверждать, что они имеют существенные различия. В первую очередь это связано с тем, что Москва это центр, в котором находятся самые лучшие учебные заведения страны. Также имеется взаимодействие с зарубежными институтами и университетами.

Закономерным еще считался выход столичных институтов на неосвоенный региональный рынок. Данная ситуация длится до сих пор, но к ней присоединились иные мегаполисы.

Вследствие этого в данный момент ряд учреждений имеют в центре основные корпуса, а в регионах – филиал отделения.

Их символически можно поделить на 3 категории:

1-ая - это негосударственные столичные институты. Используемая данными университетами схема работы максимально проста. Арендуются здание, приглашаются педагоги районных институтов, привозится учебно-методическое обеспечение из главного института и запускается учебный процесс.

Ко 2 категории относятся отделения московских муниципальных институтов, использующие районные техникумы или профессиональные училища.

Данная категория не так многочисленна, как предшествующая, и особенности выхода на рынок отличаются: заключается контракт с городским или областным учебным заведением.

К третьей группе можно отнести мелкие образовательные учреждения. Как правило, тут применяется приглашение от областной администрации, сильная маркетинговая кампания, проработка правовых качеств.

1. Арефьев А.Л., Шереги Ф.Э. Экспорт российских образовательных услуг: Статистический сборник. Вып.5. М., 2015. с.416

2. Арташкина Т.А. Опыт отечественного образования в формировании многополярного мира // Профессиональное образование в современном мире, №6 (1). - 2016. - с.18-27 .

3. Асатуров А.К. Экономическая природа образовательной услуги и формы её реализации в рыночных отношениях: Препринт. - СПб: СПбУЭФ, 2006. - с.11 .

4. Баталова О.С. Субъекты рынка образовательных услуг и их специфика // Молодой ученый, №7. - 2010. - с.83-85 .

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/referat/218668>