

- вом». – вып. 20 – Иваново, 2006. – с. 314-320
4. Кузнецова И.Д., Гуськова И.В. Стратегия диверсификации торгового предприятия// Актуальные проблемы экономики, торговли и управления. Сборник материалов научно-практической конференции преподавателей и аспирантов с международным участием – М.: ТиРу, 2013- с.178-184
 5. Кузнецова И.Д., Кохова Л.В. Товарная политика и стратегия торгового предприятия// Сборник научных трудов вузов России «Проблемы экономики, финансов и управления производством». – вып.3 – Иваново, 2006. – с.48 - 55
 6. Кузнецова И.Д., Касимовская Г.П. Некоторые аспекты к вопросу конкурентоспособности торговых предприятий./ Актуальные проблемы торговли, экономики и управления (в рамках международной научно – практической конференции) «Румянцевские чтения». Сборник научно – практической конференции. – Иваново, РГТЭУ, 2012. – с.170-175
 7. Кузнецова И.Д., Касимовская Г.П. Подходы к разработке методики конкурентоспособности торгового предприятия./ Актуальные проблемы экономики, торговли и управления (в рамках международной научно – практической конференции) «Румянцевские чтения». Сборник научно – практической конференции. – г. Иваново, РГТЭУ, 2010. – с.130-134
 8. Кузнецова И.Д., Козлова Н.Б. Современные аспекты развития маркетинговых исследований рынка товаров Российскими предприятиями // Сборник научных трудов России «Проблемы экономики, финансов и управления производством». – вып. 31. – Иваново, 2012.
 9. Ляско В.И. Стратегическое планирование развития предприятия: учебное пособие для вузов. – М.: Экзамен, 2005.
 10. Магомедов Ш.Ш. Конкурентоспособность товаров: учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2003. – 294 с.
 11. Немогай Н.В. Конкурентоспособность предприятия: ответы на экзаменационные вопросы. – Минск: Тетра Системс, 2010.
 12. Панов А.И. Стратегический менеджмент: учебное пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.
 13. Стратегия развития торговли в Российской Федерации на 2011-2015 годы и период до 2020 года от 31 марта 2011 г. № 422
 14. Фатхутдинов Р.А. – Управление конкурентоспособностью организации: учебник. – М.: ЭКСМО, 2005.

УДК 005:378

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВУЗА

Рыбалкина Зарина Миникутдусовна (zarina11max@rambler.ru)

ФГБОУ ВПО «Пензенский государственный университет архитектуры и строительства»

Конкурентоспособность – один из главных показателей эффективности функционирования высшего образовательного учреждения в условиях рынка. В данной статье предложена методика оценки конкурентоспособности вуза по ряду показателей.

Ключевые слова: конкурентоспособность вуза, этапы определения конкурентоспособности, показатели конкурентоспособности.

В числе последних изменений социально-экономической жизни России является рост числа учреждений, оказывающих образовательные услуги. На сегодняшний день предложение подобного вида услуг в ряде случаев превышает спрос. Это обусловило возникновение конкуренции в области образования, которая потребовала от образовательных учреждений соответствующей перестройки. Главная цель перестройки – повышение конкурентоспособности оказываемых ими образовательных услуг. В связи с этим возникла необходимость поиска методов и способов оценки конкурентоспособности высшего образовательного учреждения.

В настоящее время в отечественной и зарубежной литературе встречаются различные методические подходы к оценке конкурентоспособности высших образовательных учреж-

дений, но при этом нет общепринятой методики, которая была бы приемлемой для высших учебных заведений.

Позиции вузов на рынке неразрывно связаны с изучением конкурентоспособности предоставляемых ими образовательных программ.

Более прочные позиции на региональном рынке займут те вузы, которые наряду со сбалансированным деловым портфелем будут работать над созданием пользующейся доверием у потребителей торговой марки. Фактором, повышающим конкурентоспособность вуза, является также его готовность предоставлять образовательные услуги в инновационном режиме с использованием современных информационных технологий и ноу-хау.

Важно то, что конкурентоспособность образовательной программы определяется только

теми свойствами, которые представляют существенный интерес для потребителя и обеспечивают удовлетворение данной потребности. Все показатели услуги, выходящие за эти рамки, не должны рассматриваться при оценке конкурентоспособности как не повышающие ценности услуги в конкретных условиях. То есть показатели образовательных услуг, отражающие ее эффект для производителя, часто

не имеют значения для потребителя. Потребителя интересуют лишь потребительские свойства, каким бы путем они ни были достигнуты.

Оценка основных показателей конкурентоспособности осуществляется в несколько этапов, которые представлены на рисунке 1 [4, с. 50].



Рисунок 1. Этапы определения показателей конкурентоспособности вуза

На первом этапе с помощью маркетинговых исследований производятся формулирование и систематизация требований потребителя к образовательному учреждению или образовательной программе и определение перечня показателей, подлежащих оценке.

На втором этапе выстраивается ранжированная оценка показателей по степени значимости с позиций потребителей. На первом месте размещается наиболее значимый показатель. Достоверный результат может быть получен в случае использования в качестве экспертов потребителей целевого рынка.

На третьем этапе производится оценка, которая осуществляется отдельно по каждой из конкурирующих образовательных программ или по группе программ, предоставляемых каждым из основных конкурентов.

Если возможны прямые количественные оценки, показатели представляются в натуральных единицах измерения или других количественных показателях (долях, индексах, удельных весах). Качественные показатели выражаются условными количественными оценками – баллами.

На четвертом этапе выбирается база сравнения; от ее выбора в значительной степени зависят правильность результата оценки конкурентоспособности образовательной программы и принимаемые в дальнейшем решения. Базой сравнения могут выступать:

- потребности покупателей;

- величина необходимого полезного эффекта;

- образец образовательной программы какого-нибудь лидирующего вуза-конкурента;
- гипотетический образец;
- группа аналогов.

Для сравнения показателей по вузу базовыми принимаются показатели ведущего образовательного учреждения или выработанные самим вузом в качестве эталонных.

На пятом этапе осуществляется последовательное сравнение каждого из показателей конкурентов с аналогичным «эталонным» показателем. На шестом этапе рассчитывают обобщающий показатель конкурентоспособности.

Безразмерная величина индекса позволяет исчислить обобщающий (интегральный) индекс конкурентоспособности по каждой конкурирующей услуге или по вузу-конкуренту.

На рисунке 2 представлены параметры, по которым определяется оценка конкурентоспособности. Они делятся на три группы: экономические, качественные и показатели внешнего формирования, которые в свою очередь разбиты на подгруппы [7, с. 37].

Экономические параметры включают стоимость образовательных программ, используемую систему скидок при оплате, налоговые льготы, условия оплаты; важным фактором для потребителя является также стабильность цен.

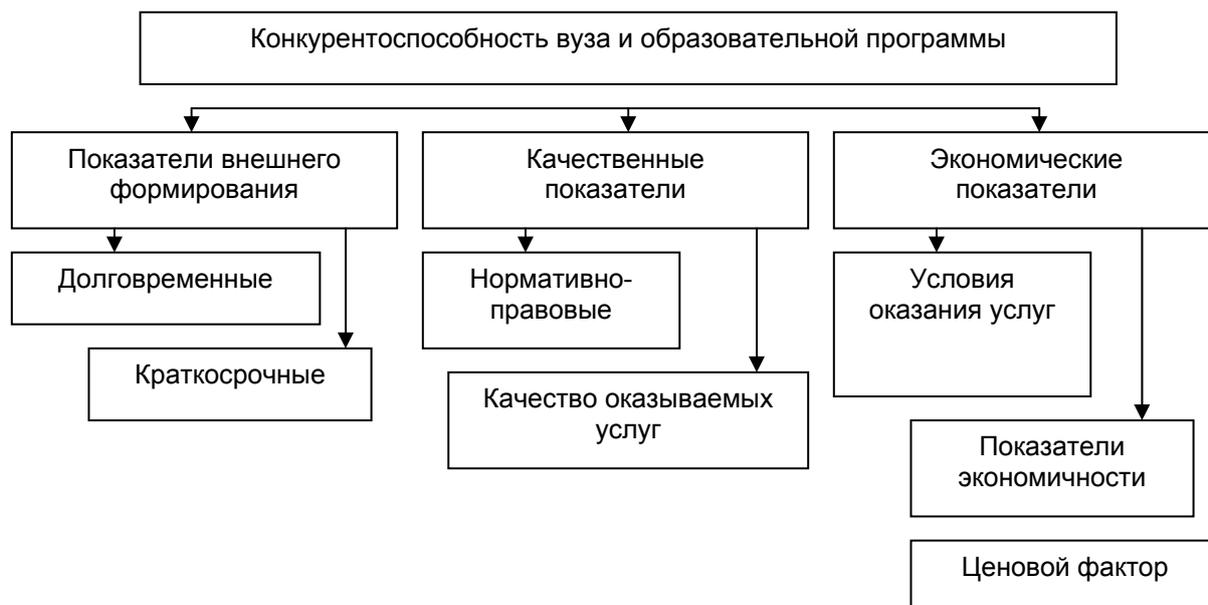


Рисунок 2. Параметры оценки конкурентоспособности вуза и образовательной программы

Показатели экономичности используются при моделировании конкурентоспособности образовательной программы и необходимы для самого производителя, который моделирует, контролирует себестоимость образовательных программ, оптимизирует издержки и т. д. Требования потребителей к условиям оказания услуг связаны непосредственно и с учебным процессом, и с социальной сферой. Для потребителя важно рационально и эффективно использовать учебное время, иметь возможность получить образование в своем городе (в филиале вуза) или учиться в вузе, обеспечивающем студентов общежитием.

Показатели качества делятся на две группы. В первую входят нормативно-правовые требования, соблюдение которых обеспечивает вузу возможность осуществления образовательной деятельности. Вторая группа аккумулирует параметры качества, которые, в свою очередь, разделены на блоки. Показатели этой группы выбраны на основании опросов абитуриентов и работодателей, проанализированных в работах Н.Р.Кельчевской и М.А.Поповой «Качество подготовки специалистов высшей школы в условиях новых экономических отношений» [3, с. 32] и М.М.Волковой, А.Б.Звездовой «Маркетинговые исследования в области образовательных услуг» [1, с. 25].

Параметры внешнего формирования нестабильны. Их влияние на конкурентоспособность может быть краткосрочным и долгосрочным. Так же нестабильна и сама конкурентоспособность. Она носит динамичный и изменчивый характер. При постоянном качестве предлагаемых вузом образовательных программ их конкурентоспособность может ме-

няться в широких пределах, реагируя на изменение конъюнктуры рынка, действия конкурентов и конкурирующих образовательных программ, колебания цен и т. д.

При оценке конкурентоспособности необходимо учитывать, что показатели конкурентоспособности вуза могут отличаться от конкурентоспособности образовательной программы, предлагаемой этим же вузом. Вуз объединяет несколько образовательных программ, и на одном направлении он может использовать лучшие ресурсы (высококвалифицированный преподавательский состав, преподающий на иностранном языке, сочетающий методы отечественной и зарубежной практики, обучение в компьютерных классах или лабораториях с новейшим оборудованием), повышая качество предоставляемых услуг, а на другое – направлять минимум ресурсов, необходимых только для поддержания программы. Поэтому четкое разграничение субъекта оценки поможет точнее сформулировать параметры, по которым проводится количественная оценка.

Комплексный метод оценки конкурентоспособности основывается на применении комплексных показателей или сопоставлении удельных полезных эффектов анализируемой услуги и образца.

На рисунке 3 показан алгоритм комплексного метода оценки конкурентоспособности. На первом этапе предлагается расчет показателя по нормативно-правовым параметрам: наличие лицензии на ведение образовательной деятельности, свидетельства об аттестации, свидетельства об аккредитации и прочее [6, с. 20].

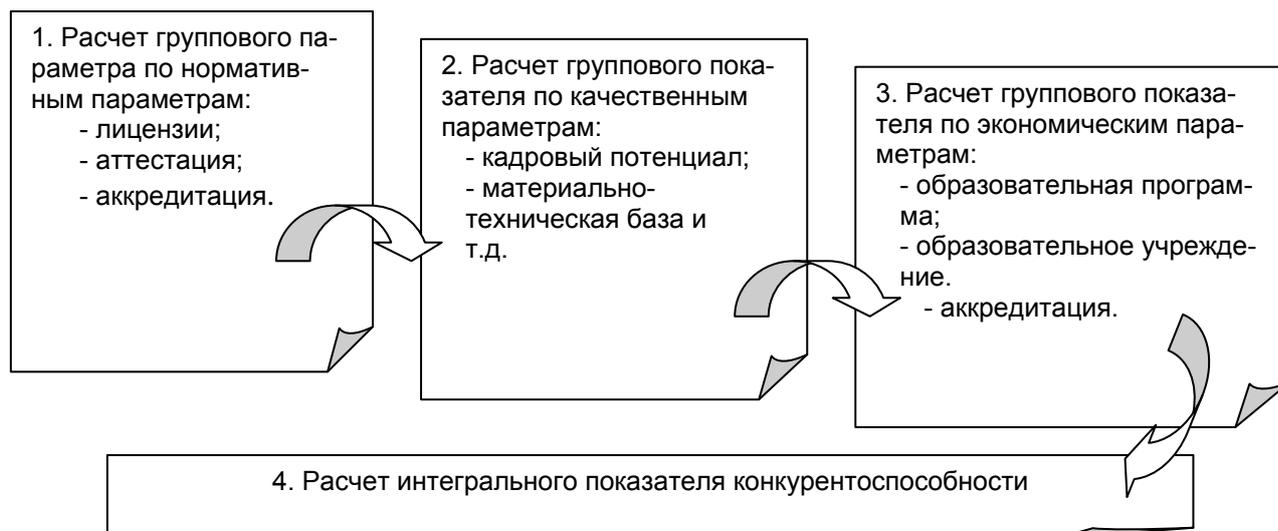


Рисунок 3. Этапы расчета интегрального показателя конкурентоспособности

Второй этап состоит в рассмотрении качественных параметров. Оценка происходит по предложенным на рис. 1 блокам. Расчет группового показателя по нормативным параметрам производится по формуле [3, с. 47]:

$$I_{НП} = \sum_{i=1}^n q_{ni} \quad (1)$$

где $I_{НП}$ – групповой показатель конкурентоспособности по нормативным параметрам;

q_{ni} – единичный показатель конкурентоспособности по i -му нормативному параметру.

Отличительной особенностью данной формулы является то, что если хотя бы один из единичных показателей равен 0, что означает несоответствие параметра обязательной норме, то групповой показатель также равен 0. Очевидно, что товар при этом будет неконкурентоспособен.

Расчет группового показателя по качественным параметрам (кроме нормативных) производится по формуле:

$$I_{КП} = \sum_{i=1}^n q_{ni} \times a_i \quad (2)$$

где $I_{КП}$ – групповой показатель конкурентоспособности по качественным параметрам;

q_{ni} – единичный параметрический показатель конкурентоспособности по i -му качественному параметру;

a_i – весомость i -го параметра в общем наборе из n качественных параметров, характеризующих потребность.

В таблице 1 систематизированы показатели конкурентоспособности по качественным параметрам и дано описание их расчета. Данные характеристики могут применяться как для оценки качественных параметров вуза, так и для образовательной программы, при этом значения данных для последней будут ниже и составлять часть значений, используемых для

самого вуза. Наряду с представленными в таблице 1 показателями могут использоваться и другие, которые будут оценивать исполнение требований потребителей определенного вида образовательных программ. Для этого совместно с потребителями вырабатываются специфические качественные характеристики. Все качественные параметры разделены на девять блоков, которые позволяют оценить качественное состояние вуза не только комплексно, но и по отдельным направлениям. При этом в оценке учитываются как качество оказания услуг, так и условия получения образовательной услуги, что важно для потребителя [8, с. 92].

Для определения группового показателя необходимо заполнить таблицу 2, которая позволяет сравнить величины групповых показателей конкурентоспособности по качественным параметрам [8, с. 99]. Полученный групповой показатель $I_{КП}$ характеризует степень соответствия субъекта и конкурентов существующей потребности по всему набору качественных параметров, - чем он выше, тем в целом полнее удовлетворяются запросы потребителей. Основой для определения весомости каждого качественного параметра в общем наборе являются экспертные оценки, полученные с помощью маркетинговых исследований. Иногда в целях упрощения расчетов и проведения ориентировочных оценок из качественных параметров может быть выбрана наиболее весомая группа или применен комплексный параметр – полезный эффект, который в дальнейшем участвует в сравнении.

Расчет группового показателя по экономическим параметрам производится на основе определения полных затрат потребителя на приобретение и потребление образовательной программы (табл. 3).

Таблица 1

Расчет показателей конкурентоспособности по качественным параметрам

Параметр	Расчет показателя
1. Кадровая обеспеченность	
Обеспеченность докторами и кандидатами наук	Отношение численности кандидатов и докторов наук (чел.) к общей численности ППС и научных работников вуза (чел.)
Возрастной состав ППС и научных работников	Отношение численности ППС и научных работников в возрасте 40-50 лет (чел.) к общему числу ППС и научных работников (чел.)
Количество студентов, приходящихся на одного преподавателя	Отношение числа студентов (чел.) к общему числу ППС и научных работников (чел.)
Доля иностранных преподавателей	Отношение численности иностранных преподавателей (чел.) к общей численности ППС и научных работников вуза (чел.)
2. Обеспеченность материально-техническими ресурсами	
Обеспеченность студента вуза аудиторной площадью	Отношение аудиторной площади (m^2) к численности студентов (чел.)
Обеспеченность учебно-лабораторными площадями	Отношение площади учебных лабораторий (m^2) к численности обучающихся (чел.)
Обеспеченность учебно-методической литературой	Количество печатных листов на одного обучающегося
Компьютерная вооруженность учебного процесса	Отношение фонда машинного времени (час) к численности студентов (чел.) (количество часов машинного времени на обучающегося)
3. Подготовка научных кадров	Отношение численности докторов и аспирантов (чел.), подготовленных вузом, к численности региона (на 10 тыс. чел.)
4. Научно-исследовательская работа студентов	
Научно-исследовательская работа студентов в общем фонде учебного времени	Отношение фонда времени на НИРС (час) к общему фонду учебного времени (час)
Доля исследовательских работ в общем числе защищенных дипломных работ	Отношение количества защищенных исследовательских дипломов (шт.) к общему числу защищенных дипломных работ (шт.)
5. Образовательная деятельность	
Усовершенствование учебных курсов	Отношение количества специальностей (шт.), внутри которых учебные курсы подверглись усовершенствованию, к общему числу специальностей (шт.)
Изменение вложений в усовершенствование учебных курсов по сравнению с предыдущим периодом	Отношение средств, потраченных на усовершенствование учебных курсов, в базовом периоде (руб.) к предыдущему (руб.)
6. Международная деятельность	
Доля преподавателей, прошедших стажировку за рубежом	Отношение количества ППС и научных работников (чел.), прошедших стажировку за рубежом, к общей численности ППС и научных работников (чел.)
Доля студентов, прошедших стажировку за рубежом	Отношение числа студентов (чел.), прошедших стажировку за рубежом, к общей численности студентов (чел.)
7. Связи с работодателями	Количество предприятий, с которыми имеются соглашения о прохождении производственной практики студентами (сотрудничество не менее 2 лет)
8. Дополнительные образовательные услуги	Фонд времени сопутствующих образовательных услуг (час)
9. Условия оказания образовательных услуг	
Число филиалов вуза, кафедр	Ед.
Обеспеченность общежитиями	Отношение жилой площади общежитий (m^2) к численности студентов (чел.)
Состояние расписания	Рассчитывается экспертным путем; учитываются предпочтения потребителей определенного сегмента
Длительность получения образовательной программы	Учитываются предпочтения потребителей и нормативные параметры

Таблица 2

Расчет группового показателя конкурентоспособности по качественным параметрам

Параметр	Весовые коэф- фициенты	Анализируемый субъект		Субъект Б		Субъект С	
	a_i	q_a	$a_i \cdot q_a$	q_b	$a_i \cdot q_b$	q_c	$a_i \cdot q_c$
1. Кадровая обеспеченность Обеспеченность докторами и кандидатами наук Возрастной состав ППС и научных работников Количество студентов, приходящихся на одного преподавателя Доля иностранных преподавателей Итого							
2. Обеспеченность материально-технической базой Обеспеченность студента вуза аудиторной площадью Обеспеченность учебно-лабораторными площадями Обеспеченность учебно-методической литературой Компьютерная вооруженность учебного процесса Итого							
3. Подготовка научных кадров							
4. НИРС Научно-исследовательская работа студентов в общем фонде учебного времени Доля исследовательских работ в общем числе защищенных дипломных работ Итого							
5. Усовершенствование образовательной деятельности Усовершенствование учебных курсов Изменение вложений в усовершенствование учебных курсов по сравнению с предыдущим периодом Итого							
6. Международная деятельность Доля преподавателей, прошедших стажировку за рубежом Доля студентов, прошедших стажировку за рубежом Итого							
7. Связи с работодателями							
8. Дополнительные образовательные услуги							
9. Условия оказания образовательных услуг Число филиалов вуза, кафедр Обеспеченность общежитиями Рациональное использование учебного времени Длительность получения образовательной программы Итого							
Всего, групповой показатель по качественным параметрам							

Таблица 3

Расчет группового показателя по экономическим параметрам

Параметр	База сравнения, z_o	Анализируемый субъект, z_a	Субъект Б, z_b	Субъект С, z_c
Стоимость образования за весь период обучения (сумма годовых выплат за обучение) Расходы на копирование Расходы по работе в Интернете Расходы на библиотечный абонемент Расходы по приобретению методических материалов Расходы на дополнительные образовательные услуги Прочие расходы				
Итого, полные затраты на приобретение образовательной программы				

Полные затраты потребителя определяются по формуле 3. Их возможный перечень представлен в таблице 3.

$$Z = \sum_{i=1}^T Z_i + \sum_{i=1}^T C_i \quad (3)$$

где Z – полные затраты потребителя на приобретение образовательной программы; Z_i – затраты на приобретение образовательной программы, относящиеся к i -му году ее получения; C_i – средние суммарные затраты при потреблении образовательной программы, относящиеся к i -му году ее получения; T – срок получения; i – год по порядку.

При этом:

$$C_i = \sum_{j=1}^n C_j \quad (4)$$

где C_j – затраты при получении образовательной программы по j -й статье (например, копирование материалов для курсовых работ, работа в Интернете в компьютерных залах, оплата абонемента библиотек, распечатка курсовых работ и рефератов, приобретение методических пособий и т. д.);

n – количество статей затрат при получении образовательной программы.

Расчет группового показателя по экономическим параметрам производится по формуле:

$$I_{\text{гп}} = \frac{Z}{Z_0} \quad (5)$$

где $I_{\text{гп}}$ – групповой показатель по экономическим параметрам; Z , Z_0 – полные затраты потребителя соответственно по оцениваемой образовательной программе и образцу.

Расчет экономических параметров вуза производится по той же схеме. При этом учитываются затраты потребителей по всем образовательным программам, предоставляемым вузом, то есть используется показатель доходов от образовательной деятельности за период обучения.

Формулы (3) и (5) не учитывают коэффициент приведения затрат при потреблении образовательной программы к расчетному году, так как отношение полных затрат в определенной степени компенсирует влияние коэффициента приведения на величину $I_{\text{гп}}$.

В случае необходимости учета коэффициента приведения затрат формулы (3) и (5) принимают вид [3]:

$$Z = \sum_{i=1}^T Z_i a_i + \sum_{i=1}^T C_i a_i \quad (6)$$

где a_i – коэффициент приведения затрат при потреблении i -й образовательной программы к расчетному году.

Соответственно подсчет группового показателя по экономическим параметрам проводится по формуле:

$$I_{\text{гп}} = \frac{\sum Z_i a_i + \sum C_i a_i}{\sum Z_{i0} a_i + \sum C_{i0} a_i} \quad (7)$$

где $I_{\text{гп}}$ – групповой показатель по экономическим параметрам; Z_i , Z_{i0} – затраты на приобретение образовательной программы, относящиеся к i -му году ее получения соответственно анализируемой образовательной программе и образцу; C_i , C_{i0} – суммарные затраты при потреблении соответственно анализируемой образовательной программы и образца в i -м году; T – срок получения; a_i – коэффициент приведения затрат к расчетному году.

Расчет интегрального показателя конкурентоспособности производится по формуле:

$$K = I_{\text{гп}} \frac{I_{\text{кп}}}{I_{\text{гп}}} \quad (8)$$

где K – интегральный показатель конкурентоспособности анализируемой образовательной программы по отношению к программе-образцу.

Показатель конкурентоспособности вуза определяется по этой же формуле, только групповой показатель по качественным параметрам будет оценивать качество деятельности вуза, а групповой показатель по экономическим параметрам – доходы от образовательной деятельности. Анализ полученных результатов по интегральному показателю конкурентоспособности приведен в таблице 4.

По смыслу для образовательной программы показатель K отражает различие между сравниваемой программой и программой-образцом в потребительском эффекте, приходящемся на единицу затрат покупателя по приобретению образовательной программы.

Интегральный показатель конкурентоспособности вуза характеризует степень отклонения качественных характеристик от программы-образца с учетом доходов сравниваемых сторон.

Анализ интегрального показателя конкурентоспособности позволяет оценить, соответствует ли качество и цена образовательных программ характеристикам, выработанным на основе требований потребителей и прогнозного развития рынка, и выявить, какая из составляющих отрицательно влияет на конкурентоспособность, а какая – положительно. На основе такого анализа вырабатывается план мероприятий, повышающих конкурентоспособность образовательной программы или вуза. Например, для повышения конкурентоспособности вуз может повысить долю доцентов и профессоров, открыть новые компьютерные классы, участвовать в социально значимых мероприятиях и/или оптимизировать издержки.

Таблица 4

Анализ интегрального показателя конкурентоспособности

Значение К	Образовательная программа	Высшее учебное заведение
Менее 1	Рассматриваемая программа уступает образцу по конкурентоспособности и приносит меньший потребительский эффект	Рассматриваемый вуз уступает в конкурентоспособности вузу-эталоноу или выработанным характеристикам эффективной деятельности, т.е. он поставляет меньше качества на 1 рубль доходов
Более 1	Конкурентоспособность рассматриваемой программы выше, значит, на 1 рубль затрат она приносит больше качества	Качества на 1 рубль доходов приходится больше у рассматриваемого вуза, нежели у образца
Равно 1	Конкурентоспособность рассматриваемой программы и образца равны	Конкурентоспособность вузов одинакова, т.е. на 1 рубль доходов у них одинаковое качество деятельности

Если анализ проводится по нескольким образовательным программам, интегральный показатель конкурентоспособности программы по выбранной группе аналогов может быть рассчитан по формуле (9) как сумма средне-взвешенных показателей по каждому отдельному образцу:

$$K_{cp} = \sum_{i=1}^N K_i R_i \quad (9)$$

где K_{cp} – интегральный показатель конкурентоспособности продукции относительно группы образцов; K_i – показатель конкурентоспособности относительно i -го образца; R_i – весовость i -го образца в группе аналогов; N – количество аналогов.

Уровень финансовой устойчивости вуза характеризуется сроком погашения задолженности по текущим обязательствам, оперативностью реагирования на изменение рыночной конъюнктуры и способностью финансировать новые программы. В долгосрочном аспекте уровень финансовой устойчивости и финансового состояния определяют конкурентоспособность вуза. В свою очередь для подтверждения и повышения конкурентоспособности требуется дополнительная иммобилизация финансовых резервов для привлечения высококвалифицированных преподавателей, повышения квалификации сотрудников, совершенствования материально-технической базы, что снижает уровень финансовой устойчивости образовательного учреждения [9, с. 37]. Поэтому повышение конкурентоспособности и улучшение финансового состояния являются разнонаправленными целями развития вуза. Очень часто встречается ситуация, когда предприятия с высоким уровнем рыночной эффективности работают на грани финансового риска, и наоборот, компании со стабильно высокой величиной финансовых резервов имеют сравнительно низкую конкурентоспособность.

Таким образом, грамотное сопоставление факторов конкурентоспособности и финансовой устойчивости дает комплексную картину

конкурентоспособности вуза по сравнению с вузами-конкурентами.

Оценка конкурентоспособности вуза по предложенной методике позволит определить пути развития вуза на современном рынке образовательных услуг, способствующие повышению его конкурентоспособности среди других вузов региона и России.

Литература

1. Волкова М.М., Звезда А.Б. Маркетинговые исследования в области образовательных услуг // Маркетинг в России и за рубежом. – 2007. – № 6.
2. Ежегодные отчеты ректора об итогах работы вуза за 2010 г. // Университетский вестник. – 2010. – №2.
3. Кельчевская Н. Р., Попова М. А. Качество подготовки специалистов – основа эффективной деятельности высшей школы в условиях новых экономических отношений. Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2001. 77 с.
4. Корчагова Л.А. Оценка конкурентоспособности вуза // Маркетинг в России и за рубежом. – 2007. – № 5. – С. 48-54.
5. Котлер Ф., Армстронг Г. Основы маркетинга: Пер. с англ. – 12-е профессиональное изд. – М.: Издательство «Вильямс», 2010. – 1072 с.
6. Неретина Е.А., А.Б. Макарец. Рыночная ориентация процессов формирования и продвижения образовательных услуг высшего учебного заведения // Интеграция образования. – Б.м. – 2008. – 2. – С. 18-24.
7. Савенкова Ю.С. Управление конкурентоспособностью вуза в современных социально – экономических условиях // Вопросы образования. – 2010 – №4. – С. 35-39.
8. Резник С.Д., Джевицкая Е.С., Чаусова Ю.С. Система и механизмы управления конкурентоспособностью высшего учебного заведения: монография. – Пенза: ПГУАС. – 2010. – 148 с.
9. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью ВУЗа. // Высшее образование в России. – 2009. – №9. – С. 37–38.