**1. Товарная политика (Product):**

- Разработка образовательных программ

- Разработка и выполнение исследовательских проектов

- Методические разработки

- Издательская деятельность

**2. Персонал (Personnel):**

- Подбор квалифицированных кадров

- Развитие научных школ

- Обеспечение возможностей научно-исследовательской работы

- Обеспечение возможностей повышения квалификации

сотрудниками вуза

**3. Процессы образовательной деятельности (Process):**

- Отношения сотрудничества участников образовательной деятельности

- Методическая обеспеченность образовательной деятельности

- Систематичность и корректность контроля результатов образовательной деятельности

- Удобный график учебного процесса

**4. Место и способы обучения (Place):**

- Оснащение учебных и бытовых помещений

- Доступность образовательных ресурсов, возможности

дистанционного обучения

- Благоустройство территории

- Удобство транспортной инфраструктуры в районе вуза

**5. Тарифная политика (Price):**

- Наличие у вуза государственного задания на подготовку специалистов

- Мониторинг тарифов на рынках образовательных услуг

- Расчёт тарифов, исходя из условий рынка

- Разработка гибкой системы оплаты за обучение

**6. Политика маркетинговых коммуникаций (Promotion):**

- Управление репутацией вуза

- Разработка системы связей с общественностью

-Размещение рекламы о вузе

- Участие вуза в общественно-значимых мероприятиях (научных, образовательных, культурных, спортивных и пр.)

**7. Физические атрибуты образовательных услуг (Physical evidence):**

- Разработка корпоративного стиля вуза

- Наличие и активное использование корпоративной символики

Рис.1 Элементы маркетингового комплекса вуза

.