

1569652

Н. Ф. Стеблюк
Н. М. Волосова

**ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ
МОДЕЛЮВАННЯ В СИСТЕМІ
МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ**

Монографія присвячена проблемам економіко-математичного моделювання в системі маркетингового управління закладів вищої освіти. Висвітлено методологічні, теоретико-методичні та прикладні засади поєднання та взаємоузгодження економіко-математичного моделювання та систематизація економіко-математичних методів і моделей, що застосовуються в маркетингових дослідженнях та класів завдань маркетингу, які розв'язуються за їхньою допомогою. Це надасть можливість проводити аналіз маркетингового середовища організації з вибором цільових ринків та обґрунтуванням ринкової стратегії в сучасних умовах.

Розглянуті у монографії проблеми представляють інтерес для фахівців з питань маркетингу, викладачів, аспірантів і студентів економічних, технічних спеціальностей закладів вищої освіти.

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА		5
РОЗДІЛ 1.	ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	7
1.1.	Економічна сутність та ознаки маркетингового управління.....	7
1.2.	Наукові погляди на застосування маркетингового підходу в управлінні зкладами вищої освіти.....	13
1.3.	Особливості розвитку маркетингового управління.....	22
	Література до розділу 1.....	37
РОЗДІЛ 2.	ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ.....	41
2.1.	Узагальнена методика економіко- математичного моделювання.....	41
2.2.	Стохастичні методи економіко- математичного моделювання.....	45
2.3.	Багатовимірні методи розв'язання оптимізаційних завдань економіко- математичного моделювання.....	52
2.4.	Розв'язання завдань прогнозування та розробки маркетингових стратегій.....	55
2.5.	Детерміновані та гібридні методи побудови економіко-математичних моделей.....	72
	Література до розділу 2.....	80
РОЗДІЛ 3.	ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА.....	83

3.1.	Основні тенденції розвитку та проблеми ринку освітніх послуг в Україні.....	83
3.2.	Аналіз реалізації та виявлення можливостей елементів комплексу маркетингової діяльності університету....	92
3.3.	Аналіз ринку освітніх послуг (державне замовлення, ринок праці та споживчі потреби).....	104
	Література до розділу 3.....	119
РОЗДІЛ 4.	ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	124
4.1.	Розробка та реалізація стратегії розвитку закладів вищої освіти Дніпропетровської області на ринку освітніх послуг.....	124
4.2.	Математична модель оптимізації розподілу бюджетних місць закладів вищої освіти.....	141
4.3.	Майбутні тенденції ринку праці і чинники, які на них впливають.....	155
4.4.	Вдосконалення маркетингового управління в системі вищої освіти.....	163
	Література до розділу 4.....	174
ПІСЛЯМОВА		176
ДОДАТКИ		178
ПРЕДМЕТНИЙ ПОКАЖЧИК.....		182