

**МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И
ИННОВАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН
ТАШКЕНТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

**На правах рукописи
УДК: 339.138:005.21:378(575.1)**

АБЛАТДИНОВ СУЛТАНБЕК АЗАТОВИЧ

**ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫСШИХ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ**

08.00.11 – Маркетинг

**ПРЕДСТАВЛЯЕТСЯ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ
ДОКТОРА ФИЛОСОФИИ ПО ЭКОНОМИЧЕСКИМ НАУКАМ (PhD)**

ДИ С С Е Р Т А Ц И Я

Научный руководитель: д.э.н., доц. Остонакулова Г.М.

Ташкент - 2025 год

СОДЕРЖАНИЕ

	ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА I.	НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ.....	14
§ 1.1	Содержание маркетинговой деятельности в сфере образовательных услуг.....	14
§ 1.2	Ключевые факторы повышения конкурентоспособности вузов в результате эффективной маркетинговой деятельности.....	29
§ 1.3	Зарубежный опыт маркетинговой деятельности в сфере образовательных услуг и повышения конкурентоспособности вузов.....	38
	Выводы к главе I.....	53
ГЛАВА II.	АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВУЗОВ УЗБЕКИСТАНА В РЕЗУЛЬТАТЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	55
§ 2.1	Институциональные основы маркетинговой деятельности вузов Узбекистана.....	55
§ 2.2	Анализ маркетинговой стратегии Ташкентского государственного экономического университета.....	64
§ 2.3	Сравнительный анализ и оценка конкурентоспособности ВУЗов Узбекистана.....	77
	Выводы к главе II.....	85
ГЛАВА III.	СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ВУЗА В ЦЕЛЯХ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ.....	87
§ 3.1	Моделирование маркетинговой деятельности вуза в направлении повышения конкурентоспособности.....	87
§ 3.2	Формирование маркетинговой стратегии современного вуза в условиях цифровой экономики.....	100
§ 3.3	Разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинговых технологий, направленных на повышение конкурентоспособности вуза.....	105
	Выводы к главе III.....	114
	ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	117
	СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	121