

**MARKETINGUL EDUCATIONAL – COMPONENTĂ INDISPENSABILĂ A
MANAGEMENTULUI STRATEGIC UNIVERSITAR ÎN CONDIȚIILE
NOILOR PROVOCĂRI**

Mihai PAIU, Tatiana REPIDA

Universitatea de Stat din Moldova

În articol sunt abordate avantajele și beneficiile implementării marketingului educațional în universități ca parte componentă și absolut necesară a managementului strategic în contextul reformei sistemului de învățământ din ultimele decenii. Este prezentat un model al analizei SWOT privind activitatea universității în funcție de mediul extern ce prezintă un ansamblu de factori și forțe aflate în exteriorul organizației, care va conduce la adoptarea diferitelor tipuri de strategii.

Cuvinte-cheie: *marketing educațional, produs, preț, distribuție, promovare, management strategic.*

**THE EDUCATIONAL MARKETING – THE INDISPENSABLE COMPONENT OF THE
UNIVERSITY STRATEGIC MANAGEMENT IN THE CONDITIONS OF THE NEW CHALLENGES**

The article addresses the advantages and benefits of implementing the educational marketing in universities and absolutely necessary as part of the strategic management in the context of educational reform in decades. It presented a SWOT analysis on the business model of the university by the external environment that presents a variety of factors and forces outside the organization that will lead to the adoption of different types of strategies.

Keywords: *educational marketing, product, price, distribution, promotion, strategic management.*

Prezentat la 10.09.2014

Publicat: septembrie 2014