

CUPRINS

ABREVIERI ȘI SIGLE:	3
ARGUMENT	5
Capitolul 1. MARKETINGUL EDUCAȚIONAL ÎNTR-UN NOU CONTEXT SOCIAL-ECONOMIC	8
1.1. Marketingul educațional: concept și evoluție	8
1.2. Dezvoltarea și promovarea strategiilor de marketing educațional.....	17
1.3. Marketingul educațional ca proces de management	23
Capitolul 2. IMPACTUL ECONOMIEI DE PIAȚĂ ASUPRA REDIMENSIONĂRII ÎNVĂȚĂMÂNTULUI DIN REPUBLICA MOLDOVA	32
2.1. Tranziția la economia de piață și apariția relațiilor de piață în sistemul educațional.....	32
2.2. Piața educațională: delimitări conceptuale, caracteristici și tendințe actuale	40
2.3. Prestatorii de servicii educaționale în sistemul de învățământ din Republica Moldova	48
2.4. Evoluția învățământului privat pe piața serviciilor educaționale	65
2.5. Oferta educațională de formare continuă	69
Capitolul 3. IMPLICAȚIILE SISTEMULUI DE ÎNVĂȚĂMÂNT ASUPRA FORMĂRII OFERTEI DE MUNCĂ ȘI DEZVOLTĂRII PIEȚEI MUNCII	74
3.1. Particularitățile pieței muncii din Republica Moldova	74
3.2. Racordarea ofertelor educaționale la cerințele pieței muncii	80
3.3. Specificațiile marketingului educațional din perspectiva formării ofertei de muncă și a evoluției pieței muncii	92
Capitolul 4. REPERE METODOLOGICE PENTRU DEZVOLTAREA MARKETINGULUI EDUCAȚIONAL EFICIENT	99
4.1. Modele de marketing educațional și metodologii de implementare	99
4.2. Criterii de eficiență în promovarea unui marketing educațional de calitate	109
CONSIDERAȚII FINALE	117
BIBLIOGRAFIE	119