

Содержание

Введение.....	3
Глава 1 Теоретические аспекты изучения проблемы управления маркетинговой деятельностью.....	9
1.1. Социально-экономические и психолого-педагогические предпосылки маркетинговых исследований в дополнительном образовании в современных условиях.....	9
1.2. Педагогическая сущность понятия и особенности управления маркетинговой деятельностью в учреждениях дополнительного образования.....	18
Выводы по главе 1.....	50
Глава 2 Опыт управления маркетинговой деятельностью в условиях учреждения дополнительного образования.....	52
2.1. Реальное состояние управления маркетинговой деятельностью в учреждениях дополнительного образования.....	52
2.2. Реализация Программы «Управление маркетинговой деятельностью» в МБУДО ЦРТДиЮ.....	66
Выводы по Главе 2.....	81
Заключение.....	82
Список использованной литературы.....	84