

Cuprins

Prefață	7
Cuvânt-înainte.....	9
Capitolul 1	
Educația formală, nonformală și informală.....	13
1.1. Educația formală.....	13
1.1.1. Caracteristicile educației formale.....	14
1.1.2. Avantajele și dezavantajele educației formale	14
1.2. Educația nonformală.....	15
1.2.1. Caracteristicile educației nonformale.....	16
1.2.2. Avantajele și dezavantajele educației nonformale	16
1.3. Educația informală.....	16
1.3.1. Caracteristicile educației informale.....	17
1.3.2. Avantajele și dezavantajele educației informale	17
Capitolul 2	
Marketing educațional	19
2.1. Funcțiile marketingului adaptate la procesele educaționale.....	21
2.1.1. Cercetarea nevoilor consumatorilor.....	21
2.1.2. Conectarea activă a organizației la mediul economiei	22
2.1.3. Creșterea satisfacției clienților	22
2.1.4. Maximizarea profitului.....	23
2.2. Beneficiile marketingului educațional.....	24

2.3. Evoluția marketingului în cadrul organizațiilor educaționale.....	25
2.4. Strategia de marketing educațional.....	26
2.5. Activități care au loc în cadrul marketingului educațional.....	28
2.6. Imaginea instituției de învățământ	29
2.7. Nevoia de marketing și relații cu publicul.....	29
2.8. Tipuri de marketing educațional	30
2.9. Strategie în nouă pași pentru îmbunătățirea programelor de marketing educațional.....	31

Capitolul 3

Cercetarea preferințelor cadrelor didactice privind metodele de evaluare utilizate

în activitatea școlară	33
3.1. Metodologia cercetării.....	33
3.1.1. Scopul cercetării.....	33
3.1.2. Stabilirea obiectivelor.....	34
3.1.3. Ipotezele cercetării	34
3.1.4. Definirea conceptuală și operațională a variabilelor cercetării.....	37
3.1.5. Proiectarea chestionarului	37
3.1.6. Stabilirea dimensiunii și structurii eșantionului.....	38
3.2. Analiza și interpretarea rezultatelor cercetării	38
Concluzii	55
Lista de figuri.....	57
Lista de tabele.....	58
Bibliografie	59