



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Удмуртский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «УдГУ», УдГУ, ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет»)

П Р И К А З

30 июня 2016

№ 822/0104

г. Ижевск

О маркетинговой политике

В целях повышения доступности качественного высшего образования, усиления социальной направленности системы образования, в том числе для граждан из малообеспеченных семей, содействия развитию конкурентоспособности Университета

п р и к а з ы в а ю:

1. Утвердить Маркетинговую политику ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет» на 2016 – 2017 учебный год (Приложение 1).
2. Утвердить Порядок предоставления скидок (льгот) по оплате обучения студентам, аспирантам ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет» в 2016 – 2017 учебном году (Приложение 2).
3. Приказ № 488/8104 от 23.04.2015г. отменить.
4. Контроль за исполнением настоящего приказа возложить на проректора по экономическому и стратегическому развитию А.М. Макарова.

Ректор

Г.В. Мерзлякова

СОГЛАСОВАНО

Первый проректор

Проректор по ЭиСР

Проректор по УР

Главный бухгалтер

Начальник ПБФУ

Начальник ЮО

A collection of handwritten signatures in blue ink, including a large signature at the top, a signature with 'СР' in the middle, and several smaller signatures at the bottom.

С.Д. Бунтов

А.М. Макаров

М.М. Кибардин
Ефремова Т.В.

О.В. Иванцова

И.П. Прохорова
Н.Н. Киселева

Е.Ю. Маратканова

A handwritten signature in blue ink, located at the bottom left of the page.

5.2. Сегментирование и отбор целевых рынков. Замеры и прогнозирование спроса предполагают выявление всех аналогичных образовательных услуг, предложенных на рынке, оценку объема их продаж и оценку будущего размера рынка. Сегментирование рынка – это процесс деления потребителей на группы на основе различий в нуждах и поведении. Сегмент рынка состоит из потребителей, одинаково реагирующих на один и тот же набор побудительных стимулов маркетинга. Предпосылкой для эффективного маркетинга образовательных услуг является четкая сегментация рынка. Завершать второй этап будет позиционирование, т.е. формирование в сознании потребителей четкого образа университета, отличного от конкурентов.

5.3. Разработка комплекса маркетинг-микс, т.е. тактического маркетинга и способов реализации стратегии. В комплексе маркетинга объединяются идеи и их использование.

5.4. Претворение в жизнь маркетинговых мероприятий требует системы управления маркетингом, которая включает планирование маркетинга, состоящего из стратегического и тактического (текущего) планирования, организацию управления и контроль.

6. В рамках реализации маркетинговой политики Удмуртского государственного университета при оплате обучения предоставляются скидки (льготы) следующим категориям:

6.1. Слушателям Центра довузовского образования ФГБОУ ВО «УдГУ», закончившим Центр в текущем году и поступившим на направление подготовки (специальность), одно из вступительных испытаний по которому соответствует предмету итогового тестирования, оцененному на отлично.

6.2. Студентам, закончившим СПО в ФГБОУ ВО «УдГУ» и успешно сдавшим вступительные испытания на программы высшего образования УдГУ.

6.3. Студентам первого курса участвующим в акции «Выгодный учебный год»

6.4. Студентам 2-5 курсов всех направлений подготовки (специальностей), форм обучения (очная, заочная, очно-заочная), уровней обучения (бакалавриат, специалитет, магистратура) - участвующим в акции «Выгодный учебный год».

6.5. Аспирантам первого года обучения:

6.5.1. Достижим высоким показателем в учебной, научно-исследовательской деятельности.

6.5.1.1. Под высокими показателями учебной деятельности понимается наличие у поступающих в аспирантуру:

- диплома о высшем образовании с отличием;

6.5.1.2. Под высокими показателями научно-исследовательской деятельности понимаются:

- участие и победы в конференциях, форумах, конкурсах, семинарах, мастер-классах и других научных и научно-практических мероприятиях;

- наличие научных публикаций.

6.6. Аспирантам заочной формы обучения (вне зависимости от года обучения), являющимися представителями работодателей, включенными в образовательный процесс (ведущим практические занятия, консультации со студентами УдГУ и т.д.)

7. Общие условия предоставления скидок (льгот) определяются Порядком предоставления скидок (льгот) по оплате обучения студентам, аспирантам ФГБОУ ВО «УдГУ» на каждый учебный год, утвержденным ректором ФГБОУ ВО «УдГУ».

8. Покрытие недостающей стоимости платных образовательных услуг, возникшей в результате применения скидки, осуществляется за счет собственных средств университета, полученных от собственных средств УдГУ.

Утверждаю

Ректор ФГБОУ ВО «УдГУ»

Г.В. Мерзлякова

« » 2016 г.

ПОРЯДОК

предоставления скидок (льгот) по оплате обучения студентам, аспирантам
ФГБОУ ВО «УдГУ» в 2016 – 2017 учебном году

1. НАЗНАЧЕНИЕ И ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

Настоящий Порядок определяет общие условия предоставления скидок (льгот) по оплате за обучение студентам федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Удмуртский государственный университет» (далее УдГУ), обучающимся на платной основе с целью материального и морального стимулирования. Порядок разработан в соответствии с требованиями системы менеджмента качества. Данный порядок обязателен к применению всеми участниками образовательного процесса УдГУ.

2. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

2.1. Под скидкой (льготой) понимается уменьшение стоимости обучения на фиксированный период времени на установленную приказом ректора величину.

2.2. Величина скидки (льготы) определяется в процентном (или денежном) выражении от стоимости обучения.

2.3. Период действия скидки (льготы):

2.3.1. Студентам, участвующим в акции «Выгодный учебный год»:

- при единовременной оплате за один учебный год.

2.3.2. Аспирантам первого года обучения - скидки (льготы) предоставляются при оплате второй части годового платежа.

Время проведения акции «Выгодный учебный год» с 1 июля 2016г. по 31 августа 2016г.

2.4. В случае отчисления студента из УдГУ по любым основаниям и последующего его восстановления в УдГУ ранее предоставленная скидка (льгота) не сохраняется.

2.5. Одновременно может быть предоставлен только один вид скидки (льготы).

2.6. Иностранным студентам данные скидки (льготы) не предоставляются.

2.7. Настоящий Порядок применяется с даты введения его в действие приказом ректора.

3. УСЛОВИЯ И РАЗМЕР ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ СКИДОК

3.1. Слушателям Центра довузовского образования УдГУ, закончившим обучение в 2016 году. Скидки предоставляются при поступлении на направление подготовки (специальность), вступительное испытание по которому соответствует предмету итогового тестирования, оцененного на отлично - **скидка 5%**.

3.2. Студентам, закончившим СПО в ФГБОУ ВО УдГУ и поступившим на направления подготовки (специальности) высшего образования в УдГУ - **скидка 5%**.

3.3. Студентам первого курса, участвующим в акции «Выгодный учебный год» при единовременной оплате за один учебный год - **скидка 3 %**.

3.4. Студентам 2-5 курсов, получающим высшее образование в УдГУ по всем направлениям подготовки (специальностям), формам обучения (очная, заочная, очно-заочная) и уровням обучения (бакалавриат, специалитет, магистратура) участвующим в акции «Выгодный учебный год» - **скидка 3%** от стоимости второй части годового платежа - при оплате до 1 октября 2016года, при условии, что оплата за первый семестр произведена до 1 сентября 2016года.

3.5. Аспирантам первого года обучения:

