



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

04 июня 2017г

г. Ижевск

№ 456/01-01-04

### О маркетинговой политике

В целях содействия развитию конкурентоспособности Университета  
п р и к а з ы в а ю :

1. Утвердить маркетинговую политику ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет» на 2017-2018 учебный год (Приложение №1);
2. Отменить действие приказа №822/01-04 от 30 июня 2016 года «О маркетинговой политике».
3. Контроль исполнения настоящего приказа возложить на проректора по экономике и персоналу Г.Н. Васильеву.

Ректор

Г.В. Мерзлякова

СОГЛАСОВАНО:

Проректор по ЭиП

Главный бухгалтер

Начальник ПБФУ

Начальник ЮО

A rectangular area containing three handwritten signatures in blue ink. The top signature is 'Вася', the middle one is 'Иванова', and the bottom one is 'Маратканова'.

Г.Н. Васильева

О.В. Иванцова

Н.Н. Киселева

Е.Ю. Маратканова

Приказ подготовлен планово-бюджетным финансовым управлением



5.2. Сегментирование и набор 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 – 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. Завершает второй этап 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. Общие условия предоставления и отмены, а также правовые основания и размер, снижения стоимости обучения по договорам об образовании в ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет» определяются Порядком снижения стоимости обучения по договорам об образовании в ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет» на каждый учебный год, утверждаемый ректором Университета.