

Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі		Министерство культуры и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»


«БЕКІТЕМІН»
 Басқарма Төрайымы – Ректор
М.С. Мурзамадиева
 «16» 02 2021 ж.

КОНТИНГЕНТТІ ЖИНАУ МАҚСАТЫНДАҒЫ МАРКЕТИНГ САЯСАТЫ

Түркістан, 2021

Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі		Министерство культуры и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»

Бекітілді және қолданысқа енгізілді:

Халықаралық туризм және меймандостық университеті Ғылыми кеңесінің шешімімен (№ 8 хаттама «26» 02. 2021 ж.)

Келісу парағы

Дайындалды:

Қабылдау науқаны және маркетинг бөлімінің басшысы



А.Ә. Алайдаров
«26» 02. 2021 ж.

Қабылдау науқаны және маркетинг бөлімінің бас маманы



Ж.П. Сұлтанхан
«26» 02. 2021 ж.

Келісілді:

Оқу және ғылыми жұмыс жөніндегі проректор



А.А. Ивашов
«26» 02. 2021 ж.

Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі		Министерство культуры и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»

Мазмұны

1. Кіріспе	4
2. Нормативтік сілтемелер	4
3. Беделді басқару	5
4. Нарықты зерттеу	5
5. Қарым-қатынас құру	5
6. Іс-қимыл жоспары	6
7. CRM	7
8. Маркетингтік зерттеу негіздері	8
9. Бенчмаркинг, мониторинг және шолу	8

Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі		Министерство культуры и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»

КОНТИНГЕНТТІ ЖИНАУ МАҚСАТЫНДАҒЫ МАРКЕТИНГ САЯСАТЫ

Кіріспе

Халықаралық туризм және меймандостық университетінің (бұдан әрі – Университет) Маркетингтік саясаты университет басшылығымен бекітіледі және корпоративтік стратегияны қолдау жолымен талапкер санын кеңейту және ақпараттық-насихаттық қызметтің, Қазақстандық және шетелдік студенттерді қабылдауға қатысты университеттің мақсаттарын дамыту үшін қолданылады.

Контингентті тартуға арналған ЖОО-ның маркетингтік саясаты (бұдан әрі – саясат) университет туралы хабардар болуды арттыру, жоғары оқу орнын жақсы түсіну және қойылған мақсаттар мен міндеттерге қол жеткізу жолымен өзара іс-қимылды кеңейту үшін әзірленген.

1 Қолдану саласы

Ереже «Халықаралық туризм және меймандостық университеті» КеАҚ ішкі нормативтік құжаттамаларының жиынтығына кіреді.

2 Нормативтік сілтемелер

Осы ереже мынадай нормативтік құжаттарға сәйкес әзірленді:

– Қазақстан Республикасының 2007 жылғы 27 шілдедегі № 319 «Білім туралы» Заңы (07.07.2020 ж. жағдайына толықтыруларымен және өзгерістерімен);

– «Білім берудің барлық деңгейлеріндегі мемлекеттік жалпыға міндетті білім беру стандарттарын бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрінің 2018 жылғы 31 қазандағы № 604 бұйрығына 7-қосымшаға сәйкес жоғары білім берудің мемлекеттік жалпыға міндетті стандарты;

– «Ұлттық бірыңғай тестілеуді өткізу және Мемлекеттік қызметтерді көрсету қағидаларын бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрінің 2017 жылғы 2 мамырдағы № 204 бұйрығы;

– Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2008 жылғы 23 қаңтардағы № 58 Қаулысы. «Бакалавр» немесе «магистр» дәрежелері берілетін жоғары немесе жоғары оқу орнынан кейінгі білім алуға ақы төлеу үшін білім беру грантын беру қағидаларын бекіту туралы;

– Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрінің 2018 жылғы 31 қазандағы № 600 бұйрығы. Жоғары және жоғары оқу орнынан кейінгі білімнің білім беру бағдарламаларын іске асыратын білім беру ұйымдарына оқуға қабылдаудың үлгі қағидаларын бекіту туралы;

Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі		Министерство культуры и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»

– «Мемлекеттік және мемлекеттік емес ұйымдарда құжаттама жасаудың, құжаттаманы басқарудың және электрондық құжат айналымы жүйелерін пайдаланудың Қағидаларын бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2018 жылғы 31 қазандағы № 703 Қаулысы.

3 Беделді басқару

Біз келесілерді қарастырамыз:

- университеттің республикалық және халықаралық нарықтарда көрсетілетін қызметтер мен қызметтердің сапасы үшін толық мойындалуына ұмтылу;
- көрнекі сәйкестендіруді, негізгі маркетингтік хабарламаларды және брендтің барлық мүдделі тараптар үшін барлық платформаларда танылуын дәйекті түрде басқару арқылы университеттің беделін арттыру;
- университеттің портфолиосын алға жылжыту және бакалавриаттың барлық білім беру бағдарламаларына өтініштерді ынталандыру арқылы қызметкерлерді қабылдауды арттыруды жалғастыру;
- 2007 жылғы 27 шілдедегі № 319 «Білім туралы» ҚР заңдарын сақтауға міндетті (07.07.2020 ж. жағдай бойынша өзгерістер мен толықтырулармен)
- деректерді қорғаудың жалпы ережелерін (GDPR) сақтау.

4 Нарықты зерттеу

Біз зерттейміз:

- фактілерге негізделген шешімдер қабылдау;
- барлық маркетингтік жоспарлар мен іс-шараларды сенімді дәлелдік базамен қамтамасыз ету, біз білім беру нарығы туралы хабардар екендігімізге сенімді бола отырып, оған назар аударып қана қоймаймыз;
- шолулар, кері байланыс, бағалау қызметі, деректерді талдау, басқару ақпараты, сауалнамалар, веб-аналитика және басқа диагностикалық құралдар арқылы барлық маркетингтік қызметті жүйелі түрде бағалау;
- ішкі әріптестерге нарық пен маркетингтік қолдау туралы кең ақпарат беру арқылы бастама көтеру;
- университеттің имиджін басқаруды жақсарту үшін кеңестер, зерттеулер және дәлелдер ұсыну;
- саласындағы үрдістер, ағымдағы маркетингтік ойлау және білім алушыларды ілгерілету және олармен жұмыс істеу жөніндегі науқандар туралы университет қоғамдастығын хабардар етуге міндетті.

5 Қарым-қатынас құру

Біз:

Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі		Министерство культуры и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»

– жұмыс іздеушілермен, әлеуетті жұмыс іздеушілермен және серіктес мекемелермен қарым-қатынасты басқару бойынша тұрақты науқандарды әзірлеу және жүргізу;

– олар университеттің белсенді қорғаушылары болып қалуы үшін, сондай-ақ магистратураға, докторантураға және біліктілікті арттыру бағдарламаларына түсуге ынталандыру үшін түлектермен қарым-қатынасымызды дамытуға міндетті;

– мақсатты аудиторияны университетпен және оның фирмалық стилімен және құндылықтарымен өзара әрекеттесуге итермелейтін веб-сайттар, маркетингтік материалдар, жарнамалық науқандар мен іс-шаралар ұсыну.

6 Іс-қимыл жоспары

Стратегиялық тәсіл

Маркетингте, жалдау және жұмысқа қабылдау кезінде «дәстүрлі» және «жаңа» маркетингтік тәжірибелер, шығармашылық ойлау, ұзақ мерзімді іске асыруды ұстану және клиенттермен үздіксіз өзара әрекеттесуді қамтамасыз ету, сонымен қатар университеттің жоспарлау күш-жігерімен жүйелі байланыс қолданылады.

Біз достық, сенімді, жауап беретін және инклюзивті тонды қолданамыз. Университет рухына сәйкес, бізде өтініш беру циклі бойында біздің әлеуетті клиенттеріміз бен кандидаттарымызды қолдайтын және басқаратын тәсіл бар. Біз қызмет көрсетуге бағытталған тәсілді қолданбаймыз, өйткені бұл біздің жұмысымыздың сипатына сәйкес келмейді.

Біздің барлық коммуникацияларымызға біріктірілген негізгі хабарламалар:

– біздің өнімнің білім алушылардың тәжірибесіне құндылық қосатын аспектілерін көрсету;

– біздің курстарымызды толықтыратын артықшылықтарға және білім алушыларымызға жұмысқа орналасу перспективаларын жақсартуға мүмкіндік беретін көмекші қызметтерге баса назар аудару;

– университет жұмысының бірегей аспектілерінің тұсаукесері;

– университеттік білімнің қол жетімділігіне кеңеске бағытталған тәсілмен баға мен сапаның арақатынасы;

– жұмысқа орналасу мүмкіндігі.

Осы негізгі идеяларды ескере отырып, университеттік тәжірибенің шын мәнінде не екенін көрсетуге ерекше назар аударылады. Трансформация мен сақтауға ықпал ету үшін біз осы тәжірибені неғұрлым нақты етіп, осы тәжірибенің шынайы және нақты көрінісін ұсынуға мүмкіндік беруіміз керек.

Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі		Министерство культуры и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»

Университет тарихын айту үшін біз әртүрлі мүдделі тараптардың нақты «Дауыстарын» қолданамыз.

Біздің негізгі міндеттерімізді шешуде даралыққа баса назар аударылады және халықаралық туризм және меймандостық университеті біздің студенттерге жеке даму үшін еркіндік пен қолдау беретініне акцент жасайды, бұл олардың түлектерге арналған бос жұмыс орындары нарығында ерекше ерекше түлектер болуына мүмкіндік береді.

Маркетингтің және жалдаудың барлық арналарының үйлесімділігін қамтамасыз ету үшін біріктірілген маркетингтік тәсіл қабылданды, бұл өзгеретін маркетингтік ландшафтпен қатар жүру үшін қажет икемділікті қамтамасыз етеді.

7 CRM

Біздің CRM стратегиямыз (клиенттермен *(талапкерлермен)* қарым-қатынасты басқару жүйесі) жоспардың негізі болып табылады және білім беру нарығымен байланыс нүктелерінің пайда болу сипаты мен уақытын, негізгі мақсатты аудиторияларымызды, сондай-ақ олармен қашан және қалай қарым-қатынас жасайтынымызды тұжырымдайды. Бұған болашақ студенттер, ата-аналар, мектептер, одан әрі білім беретін колледждер, түлектер, оқытушылар және университеттің кең қоғамдастығы кіреді. CRM кестесі мүдделі тараптармен байланыс тәртібі мен тәсілін, сондай-ақ байланыс нүктелерінің негізіндегі ақпаратты/хабарламаларды анықтайды және егжей-тегжейлі құжат түрінде беріледі.

Бұл қамтиды:

- интеграцияланған байланыс құралдарын анықтау және дұрыс пайдалану;
- веб-қамтамасыз етуді және байланысты науқандарды құру және басқару;
- өтінім бергенге дейін жыл сайынғы науқанды құру және тарату;
- Ашық есік күндері;
- университет студенттері үшін жыл сайынғы даңғылдарды дайындау;
- Бакалавриат талапкерлерінің күндері;
- сұхбат және тыңдау күндері;
- әлеуметтік желі;
- Интернет пейзажы;
- университеттің оқу процесін және мектептер мен колледждермен байланыс қызметін басқару;
- веб-мазмұнды басқару, веб-нұсқаулықтар, веб-сайтты қолдау және мазмұнды басқару.

Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі		Министерство культуры и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»

8 Маркетингтік зерттеу негіздері

Маркетинг пен жалдау бойынша барлық жоспарлар мен іс-шаралар маркетингтік зерттеулерге негізделген, яғни стратегиялар үнемі жаңару мен жетілдіруге негізделген. Жеке мақсатты аудиторияны түсіну және «импульсте болу». Бізге университет брендин сенімді, дәйекті және нақты көрсетуге және фактілерге негізделген шешімдер қабылдауға мүмкіндік береді.

Маркетингтік қызметке мыналар кіреді:

Гугл Талдау;

- сауалнамалар, мысалы: ашық есік күндері, талапкерлер күндері, мектептермен байланыс;
- бас тартқандардың сауалнамалары;
- ізденушілердің сауалнамалары;
- басқару ақпаратын талдау: өтініш нөмірлері, жынысы, шыққан аймағы, пошта индексын талдау, біліктілік, этникалық және мүгедектік;
- кандидаттарды бақылау;
- өтініш берушінің пікірі;
- қолдану үрдісі;
- бәсекелестердің деректері;
- сандық белсенділік пен жауап жылдамдығын бақылау;
- жеке курстар нарығы туралы ақпарат.

9 Бенчмаркинг, мониторинг және шолу

Табысты бақылау әдетте нарықты зерттеу барысында жүзеге асырылады. Қабылдау науқаны және маркетинг бөлімі апта сайын стратегияның тиімділігін бақылау және анықтау, Университеттің ақпараттық хабарламаларының жеткізілуін тексеру және ағымдағы жоспарлар мен іс-шараларды бағалау үшін кездесулер өткізеді.

Жоспарлар салыстырылады және бақыланады:

- Сәйкестендіру нұсқаулығы;
- Наборов инструментов;
- Веб және басқа шаблондар;
- Веб-чемпиондарды оқыту әдістері;
- Проспект үлгілері туралы ақпарат;
- CRM жазбаша жоспары;
- Статистикалық талдау;

Халықаралық туризм және қонақжайлылық университетінің барлық әріптестеріне жарнамалық мүмкіндіктер, нарықтар, оқиғалар мен іс-шараларға қатысты кеңестер, көмек, ұсыныстар және қолдау көрсету.

Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі		Министерство культуры и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»

Тиімділіктің негізгі көрсеткіштері оқу және ғылыми жұмыс жөніндегі проректордың келісімі бойынша жыл сайын жаңартылып отырады және дәстүрлі түрде университеттің жылдық жоспарының бөлігі болып табылады.