



АО «Казакский университет технологии и бизнеса им. К.Кулажанова»

СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

Положение о структурном подразделении

Положение об Управлении  
маркетинга и формирования  
контингента

МС ISO 9000:2015  
МС ISO 9001:2016  
МС ISO 37001:2016

КазУТБ- УМФК-ПСП-5.3-2025-01

Дата введения: «    »    2025 г.



УТВЕРЖДАЮ

«КазУТБ им. К.Кулажанова»

Л.К.Байболова

«Шоңа» 2025 г.

ПОЛОЖЕНИЕ О СТРУКТУРНОМ ПОДРАЗДЕЛЕНИИ  
УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГА И ФОРМИРОВАНИЕ  
КОНТИНГЕНТА  
КазУТБ-УМФК-ПСП-5.3-2025-01

СОГЛАСОВАНО

Проректор по ВиСР

С.Бердіғалиұлы

«17» 06 2025 г.

Астана, 2025

Версия:

КЭ:

Регистрационный №

по «Google диск»

## **ПРЕДИСЛОВИЕ**

Настоящее Положение (далее- Положение) Управлением маркетинга и формирования контингента АО «КазУТБ имени К.Кулажанова» (далее- Университет).

Положение утверждается Ректором личной подписью на титульном листе и вводится в действие со дня подписания.

Положение является обязательным для сотрудников УМФК.

Положение разработано в соответствии с ДП КазУТБ-ООКиА-ДП-7.5-2025-20-05.01.

Периодическая проверка Положения производится Руководителем УМФК с интервалом, не превышающим 3 года, в соответствии с документированной процедурой ДП КазУТБ-ООКиА-ДП-7.5-2025-20-05.01.

Изменения в Положение разрабатываются по результатам его применения или при изменении требований, указанных в пункте 4.

Введена впервые.

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие .....	1
1. Наименование документа.....	3
2. Разработчик .....	3
3. Цель разработки документа .....	3
4. Нормативные ссылки.....	3
5. Термины и определения .....	4
6. Используемые сокращения .....	5
7. Общие положения и описание процедуры.....	6
8. Цель и основные задачи УМФК.....	7
9. Функции УМФК .....	9
10. Ответственность и полномочия .....	11
11. Риски, связанные с процессом и действия по предупреждению рисков .....	12
12. Антикоррупционное положение .....	12
Лист согласования Ф.ООКиА-7.5-2025-05-02 (обязательное).....	13
Лист ознакомления Ф.ООКиА-7.5-2025-05-03 (обязательное).....	13
Лист регистрации изменений Ф.ООКиА-7.5-2025-05-04(обязательное).....	14
Лист учёта периодических проверок Ф.ООКиА-7.5-2025-05-05(обязательное).....	14

## **1. НАИМЕНОВАНИЕ ДОКУМЕНТА**

1.1 Положение об Управлении маркетинга и формирования контингента КазУТБ- УМФК-ПСП- 5.3-2025-20-01

## **2. РАЗРАБОТЧИК**

2.1 Отдел формирование контингента

## **3. ЦЕЛЬ РАЗРАБОТКИ ДОКУМЕНТА**

3.1 Установление единых требований к деятельности УМФК, осуществляющего успешное продвижение Университета на рынке образования Республики Казахстан, а также стран дальнего и ближнего зарубежья.

## **4. НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ**

- 4.1 МС ISO 9001:2015 «Система менеджмента качества. Требования»;
- 4.2 МС ISO 9000:2015 Система менеджмента качества. Основные положения и словарь;
- 4.3 МС ISO 37001:2016 Система менеджмента противодействия коррупции – Требования и рекомендации по применению;
- 4.4 Трудовой Кодекс Республики Казахстан № 414-V ЗРК от 23.11.2015 г.(с изменениями и дополнениями по состоянию на 16.09.2025г.);
- 4.5 Закон РК «Об образовании» № 319-III от 27.07.2007 (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.01.2025 г.);
- 4.6 Закон Республики Казахстан «О науке» 06.05.24 г. № 79-VIII (с изменениями и дополнениями по состоянию на 22.07.2024 г.)
- 4.7 Закон Республики Казахстан «О государственном имуществе» от 1 марта 2011 года № 413-IV (с изменениями и дополнениями по состоянию на 25.08.2025 г.)
- 4.8 Закон Республики Казахстан от 19 декабря 2003 года № 508-II «О рекламе» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 15.09.2025 г.);
- 4.9 Нормативные и правовые акты Республики Казахстан (ИПС «Эділет»);
- 4.10 Политика в области качества, утвержденная советом директоров от 19.04.2024, протокол № 2;
- 4.11 Устав АО «КазУТБ им. К.Кулажанова»;
- 4.12 СТУ «Антикоррупционный стандарт Университета
- 4.13 Программа развития Университета 2024-2029 гг. утвержденная советом директоров от 29.08.2024, протокол № 1;
- 4.14 Приказ Министра образования и науки Республики Казахстан от 9 августа 2021года №388 № 600 «Об утверждении Типовых правил приема на обучение в организации образования, реализующие образовательные программы высшего и послевузовского образования»
- 4.15 Правила документирования, управления документацией и использования систем электронного документооборота в государственных и негосударственных организациях. (приказа Министра культуры и информации РК от 23.07.2024 г.№ 329-НҚ);
- 4.16 Документированная процедура «Управление рисками» «КазУТБ»-ООКиА- ДП-6.1-2025-05.
- 4.17 Нормативные и правовые акты Республики Казахстан;
- 4.18 Всеми релевантными внутренними документами Университета.

**5. ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ**

<b>Термин</b>	<b>Определение</b>
<b>Антикоррупционная политика АО «КазУТБ им. К.Кулажанова»</b>	Правовые, административные и организационные меры, направленные на снижение коррупционных рисков, формирование антикоррупционной культуры, повышение доверия общества к деятельности АО «КазУТБ им. К.Кулажанова»
<b>Акт</b>	Документ, составленный несколькими лицами и подтверждающий конкретные факты и события.
<b>Внешний нормативный документ</b>	Нормативный документ, разработанный другой организацией (национальной, международной) и применяемый в деятельности организации.
<b>Внутренний нормативный документ</b>	Нормативный документ, разработанный в организации и утвержденный ее руководством.
<b>Входящий документ</b>	Документ, поступивший в организацию.
<b>Гриф</b>	Специальная надпись на документе, определяющая особый порядок его использования.
<b>Документированная информация</b>	Информация, управлять и поддерживать которую должна организация, и носитель, на котором она содержится.
<b>Документированная процедура</b>	Документ, содержащий описание процедуры - установленный способ осуществления деятельности или процесса.
<b>Должностная инструкция</b>	Документ, определяющий организационно-правовое положение должностного лица, обеспечивающий условия для его эффективной работы, а также дополняющий и уточняющий условия контракта (договора).
<b>Журнал</b>	Документ, составленный по определенной форме и содержащий периодические записи сведений, событий, решений, входящих и исходящих документов и т.д.
<b>Идентификация</b>	Отождествление, установление соответствия, совпадения.
<b>Идентификационный номер</b>	Номер действующего документа, указывающий его место в единой системе классификации действующих документов.
<b>Изменение</b>	Модификация, дополнение или исключение фрагментов документов.
<b>Инструкция</b>	Установленный способ осуществления какой-либо деятельности или работы. Инструкция устанавливает <b>«как»</b> необходимо выполнять действие.
<b>Исходящий документ</b>	Официальный документ, отправляемый из организации.
<b>Контроль</b>	Процедура оценивания соответствия путем наблюдения и суждений, сопровождаемых соответствующими измерениями, испытаниями и калибровкой.
<b>Контроль исполнения документов</b>	Совокупность действий, обеспечивающих своевременное исполнение документов.
<b>Копия документа</b>	Документ, полностью воспроизводящий информацию подлинного документа и все его внешние признаки или часть их, не имеющий юридической силы.

<b>Наименование документа</b>	Обозначение вида письменного документа.
<b>Накопитель данных</b>	Установленный носитель информации, оформленный в надлежащем порядке и содержащий данные о качестве.
<b>Ответственный исполнитель</b>	Лицо, отвечающее за исполнение документа.
<b>Оформление документа</b>	Проставление необходимых реквизитов, установленных правилами документирования.
<b>Подлинник документа (официального)</b>	Первый или единственный экземпляр официального документа.
<b>Прослеживаемость</b>	Возможность проследить историю, применени или местонахождение того, что рассматривается.
<b>Риски процесса</b>	Действия, события или условия, которые в случае возникновения могут оказать негативное воздействие на протекание процесса и снизить его результативность, а также предупреждающие действия, направленных на снижение возникновения идентифицированных рисков.
<b>Система менеджмента качества</b>	Часть менеджмента, нацеленная на качество.
<b>Структурное подразделение</b>	Организационно выделенная часть юридического лица и относящиеся к ней работники, выполняющие установленный для них круг трудовых обязанностей, отвечающие за выполнение закрепленных за ними функций. К подразделениям относятся блоки, службы, отделы, цеха, лаборатории, группы.
<b>Управление документами</b>	Комплекс работ по анализу документов на соответствие, по учету и поддержанию их в действии, распространению и доведению до сведения заинтересованных лиц.
<b>Управление рисками</b>	Процесс разработки и выполнения управленческих решений, призванных максимально снизить возможность наступления негативного результата и свести к минимуму возможные потери, связанные с его реализацией.
<b>Электронный документ</b>	Документ, в котором информация представлена в электронно- цифровой форме и удостоверена посредством электронной цифровой подписи.

**6. ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ СОКРАЩЕНИЯ**

<b>Сокращение</b>	<b>Полное наименование</b>
<b>Университет АО «КазУТБ им. К.Кулажанова»</b>	Акционерное общество АО «Казахский университет технологии и бизнеса им. К.Кулажанова»
<b>КазУТБ-УОКиА- ДП-6.1-2025-22</b>	Документированная процедура «Управление рисками»
<b>ДП</b>	Документированная процедура
<b>ИЭ</b>	Используемый экземпляр документа
<b>КЭ</b>	Контрольный экземпляр (оригинал документа)
<b>МС</b>	Международный стандарт
<b>Настоящая ДП</b>	Документированная процедура «Документированная информация» КазУТБ-ООКиА-ДП-7.5-2025-05-02

<b>ОМКО</b>	Отдел менеджмента качества образования
<b>ОУП</b>	Отдел управления персоналом
<b>ППС</b>	Профессорско-преподавательский состав
<b>ПСП</b>	Положение о структурном подразделении
<b>ППД</b>	Положение/правила о порядке действия
<b>Р</b>	Регламент
<b>СП</b>	Структурное подразделение
<b>СМИ</b>	Средства массовой информации
<b>СМК</b>	Система менеджмента качества
<b>ООКиА</b>	Отдел обеспечения качества и аккредитации
<b>ОПО</b>	Отдел правового обеспечения
<b>Ф</b>	Форма
<b>УМФК</b>	Управление маркетинга и формирование контингента
<b>ОРСО</b>	Отдел рекламы и связи с общественностью
<b>ОФК</b>	Отдел формирование контингента

## 7. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ И ОПИСАНИЕ ПРОЦЕДУРЫ

7.1 В связи с изменением структуры и открытием новых отделов в Управлении маркетинга и формирования контингента.

7.2 Положение устанавливает цели, задачи, функции, полномочия, ответственность, содержание и организацию деятельности УМФК и его взаимодействие с другими СП Университета.

7.3 Структура и штатная численность УМФК утверждается приказом Президента Университета по представлению Проректора по воспитательной и социальной работе с учетом специфики и объема работ. В состав УМФК входят:

7.3.1 Отдел рекламы и связи с общественностью;

7.3.1.1 Руководитель отдела

7.3.1.2 Ведущий специалист

7.3.1.3 Специалист

7.3.2 Отдел Формирование контингента;

7.3.2.1 Руководитель отдела

7.3.2.2 Ведущий специалист

7.3.2.3 Специалист

7.3.3 Контактный центр. (на период приемной комиссий)

7.3.3.1 Специалист контакт центра.

7.4 УМФК возглавляет руководитель, который назначается на должность и освобождается от должности приказом Президента Университета на основе рекомендации конкурсной комиссии по отбору на должности ОУП.

7.5 Отдел рекламы и связи с общественностью, Отдел формирование контингента, Контактный центр возглавляют руководители, занимаемые и освобожденные от должности приказом Президента Университета на основе рекомендации конкурсной комиссии по отбору на должности ОУП по представлению руководителя УМФК. В своей деятельности Руководители отдела рекламы и связи с общественностью, формирование контингента и Контактный центр непосредственно подчиняются Руководителю УМФК.

7.6 Назначение на должности и освобождение от должностей работников УМФК производится приказом Президента Университета, по представлению Руководителя УМФК на основе решения конкурсной комиссии по отбору на должности ОУП, в соответствии с трудовым законодательством РК.

7.7 Деятельность УМФК Университета реализуется на основе утвержденного годового плана.

годового плана.

7.8 В своей деятельности УМФК руководствуется Законом РК «Об образовании», Законом РК «Об рекламе», другими нормативными и правовыми актами РК в области образования, международными стандартами ISO серии 9000; государственными стандартами РК серии ИСО 9001, 37001; Правилами внутреннего трудового распорядка, политикой противодействия коррупции, приказами и распоряжениями Президента, и Положением УМФК.

## **8. ЦЕЛИ И ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ УМФК**

### **8.1 Основной целью УМФК являются:**

- 8.1.1 разработка и реализация маркетинговой политики Университета, направленной на повышение эффективности как всей деятельности, так и отдельных маркетинговых мероприятий, увеличение объемов услуг основного и дополнительного образования;
- 8.1.2 продвижение Университета на рынке РК, а также в странах ближнего и дальнего зарубежья.
- 8.1.3 разработка и реализация плана маркетинговых мероприятий Университета;
- 8.1.4 анализ деятельности и подготовка предложений по совершенствованию и укреплению положительного имиджа Университета.

### **8.2 Основные задачи УМФК являются:**

- 8.2.1 разработка эффективной рекламной и PR-политики Университета, с целью формирования его положительного имиджа и широкой известности в стране и за рубежом;
- 8.2.2 формирование, на основе изучения инновационного опыта в сфере образования, новых приоритетов развития Университета и разработка конкретных предложений для их достижения;
- 8.2.3 развитие корпоративной культуры Университета посредством формирования и сохранения фирменного стиля, популяризации его среди сотрудников Университета;
- 8.2.4 разработка и контроль над реализацией рекламной кампании по продвижению образовательных услуг среди потенциальных абитуриентов;
- 8.2.5 развитие корпоративных информационных ресурсов;
- 8.2.6 сбор и систематизация информации об образовательных услугах, научной и коммерческой продукции Университета с целью их дальнейшей популяризации;
- 8.2.7 разработка и реализация эффективных маркетинговых проектов и программ, направленных на долговременное привлечение новых партнеров и клиентов, увеличение объемов услуг основного и дополнительного образования;
- 8.2.8 соблюдение политики противодействия коррупции Университета, участие в мероприятиях комплексного плана противодействия коррупции Университета.
- 8.2.9 разработка маркетинговой политики Университета;
- 8.2.10 планирование, организация и координация работы по проведению рекламных и информационных кампаний в рамках своей компетенции;
- 8.2.11 проведение ситуационного анализа рынка образовательных услуг, анализ факторов, влияющих на результаты деятельности в области услуг основного и дополнительного образования;
- 8.2.12 подготовка рекомендаций по совершенствованию образовательных услуг, научной и коммерческой продукции Университета.

### **8.3 Основной целью отдела рекламы и связи с общественностью являются:**

- 8.3.1 повышение узнаваемости Университета как ведущего образовательного

учреждения на рынке РК и за рубежом;

8.3.2 создание и поддержание хорошего имиджа университета среди различных целевых аудиторий (абитуриентов, студентов, партнеров, общественности и т. д.);

8.3.3 изучение маркетинговой ситуации целевого сегмента рынка, анализ исходных конкурентных условий, обоснование необходимости и целесообразности проведения рекламной кампании среди абитуриентов;

8.3.4 выбор средств распространения рекламы (периодичность и сроки размещения);

8.3.5 определение рекламного бюджета;

8.3.6 разработка рекламных объявлений: визуальную и текстовую части, в соответствии с рекламным бюджетом на проведение рекламной кампании;

8.3.7 оценка эффективности рекламной кампании;

8.3.8 организация эффективной коммуникации с масс-медиа, продвижение новостей и событий университета через различные каналы (СМИ, интернет-ресурсы и социальные сети).

8.4 **Основные задачи отдела рекламы и связи с общественностью являются:**

8.4.1 создание стратегии по продвижению университета на рынке образовательных услуг, формирование положительного имиджа, как в стране, так и за рубежом;

8.4.2 планирование, организация и координация рекламных мероприятий, направленных на продвижение образовательных услуг, увеличение числа абитуриентов и укрепление имиджа Университета;

8.4.3 подготовка рекламных и информационных материалов (плакаты, буклеты, постеры, видео и другие), а также контроль за их распространением;

8.4.4 увеличение узнаваемости и популярности программ основного образования среди целевых групп (абитуриентов, студентов, родителей и др.);

8.4.5 оценка результативности проведенных мероприятий и предложений по улучшению работы;

8.4.6 сотрудничество с различными СМИ, организация публикаций, интервью и пресс-релизов о деятельности университета;

8.4.7 участие в мероприятиях по реализации политики университета по противодействию коррупции, а также мониторинг соблюдения всех установленных норм.

8.5 **Основной целью Отдела Формирование контингента являются:**

8.5.1 работа по набору студентов на все образовательные программы Университета;

8.5.2 обеспечение стабильного набора студентов, а также сохранение контингента на протяжении всего учебного процесса Университета;

8.5.3 организация мероприятий по профориентации для абитуриентов, помощь в выборе образовательных программ в зависимости от их интересов и карьерных целей;

8.5.4 разработка и реализация стратегии по набору студентов, в том числе использование различных информационных и рекламных каналов для привлечения лучших кандидатов;

8.5.5 развитие и совершенствование системы рекрутинга и набора студентов, расширение присутствия университета на рынке образовательных услуг;

8.6 **Основные задачи Отдела формирования контингента являются:**

8.6.1 организация работы по набору студентов на все образовательные программы Университета;

8.6.2 проведение мероприятий по профориентации, помощь абитуриентам в выборе профессии и образовательной программы, организация консультаций;

8.6.3 создание эффективных стратегий и планов для увеличения числа абитуриентов и формирования стабильного контингента студентов;

8.6.4 сотрудничество с образовательными учреждениями, школьными образовательными организациями, а также с партнерами для продвижения учебных программ;

8.6.5 организация правильного оформления заявлений, документов и других процедур, связанных с приемом студентов на обучение;

8.6.6 участие в разработке и реализации рекламных и информационных кампаний для привлечения абитуриентов;

8.6.7 предоставление информации о требованиях к поступлению, условиях обучения и других аспектах образовательного процесса;

8.6.8 проведение анализа конкурентоспособности образовательных программ, мониторинг интересов потенциальных студентов и выработка предложений по улучшению образовательных услуг;

**8.7 *Основной целью контакт центра являются:***

8.7.1 организация и развитие системы информирования и консультирования заинтересованных лиц, обратившихся по телефону, электронной почте и прочим средствам связи по вопросам деятельности Университета;

8.7.2 обработка обращений в режиме реального времени и предоставление всей необходимой информации, в том числе по вопросам поступления на обучение в Университета.

**8.8 *Основные задачи контакт центра:***

8.8.1 прием и обработка запросов по обращениям, в том числе предоставление информации о поступлении на обучение в Университета;

8.8.2 организация подготовки ответов по запросам обратившихся заинтересованных лиц.

## **9. ФУНКЦИИ УМФК**

**9.1 *Основные функции УМФК:***

9.1.1 взаимодействие с внешней средой Университета в сфере образовательных услуг, с заказчиками и потребителями этих услуг на основе развития каналов маркетинговых коммуникаций;

9.1.2 организация информирования общественности, потребителей образовательных услуг, сотрудников Университета о различных аспектах деятельности Университета через СМИ, интернет ресурсы и внутренние информационные ресурсы посредством УМФК;

9.1.3 организация и участие в проведении выставочных мероприятий, направленных на продвижение образовательных услуг и укрепление бренда Университета;

9.1.4 создание благоприятных информационных поводов, организация PR-мероприятий, направленных на укрепление позиций университета на рынке образовательных услуг;

9.1.5 издание корпоративной газеты Университета;

9.1.6 разработка рекламно-сувенирной продукции, печатных рекламно-информационных материалов о деятельности Университета и его образовательных услугах посредством УМФК;

9.1.7 осуществление контроля над выполнением решений Учёного совета, Президента по вопросам связанных с деятельностью УМФК;

9.1.8 осуществление контроля над выполнением приказов и распоряжений

Президента, распоряжений проректоров, связанных с вопросами УМФК;

9.1.9 осуществление контроля над ведением документированной информации в соответствии с номенклатурой дел и требованиями СМК Университета с СП УМФК.

9.1.10 осуществление контроля над выполнением политики противодействия коррупции сотрудниками УМФК.

**9.2 *Функции отдела рекламы и связи с общественностью:***

9.2.1 разработка маркетинговой политики Университета и плана мероприятий для ее реализации;

9.2.2 проведение маркетинговых исследований, в том числе сегментация рынка образовательных услуг, изучение потребителей этих услуг и определение конкурентов;

9.2.3 продвижение образовательных услуг Университета (организация рекламных кампаний, участие в отраслевых выставках, ярмарках в области образования);

9.2.4 определение позиции образовательных услуг Университета на рынке и подготовка предложений по развитию образовательных услугах, научной и коммерческой продукции Университета;

9.2.5 подготовка предложений по формированию фирменного стиля и фирменного оформления рекламной продукции Университета.

9.2.6 *организация информационной и пропагандистской деятельностью по двум направлениям:*

9.2.6.1 внешние – со СМИ, акиматами и общественными организациями;

9.2.6.2 внутренние – с СП, кафедрами, ППС, студентами;

9.2.7 обеспечение связи со СМИ, представление на согласование первому проректору и утверждение ректору Университета документированной информации, выпуск книг, интервью, выступления на телевидении, радио и газетах, журналах;

9.2.8 организация работы по обновлению документированной информации на официальном Интернет-сайте Университета, интервью руководителей администрации и других сотрудников Университета с представителями СМИ;

9.2.9 соблюдение политики противодействия коррупции;

**9.3 *Функции Отдела формирования контингента:***

9.3.1 планирование и реализация мероприятий, направленных на привлечение абитуриентов на все образовательные программы университета;

9.3.2 проведение встреч, семинаров, консультаций и других мероприятий, направленных на помощь абитуриентам в выборе образовательной программы, включая проведение презентаций учебных программ;

9.3.3 сбор, проверка и обработка заявлений и документов абитуриентов, контроль за правильностью оформления документов и соблюдением сроков;

9.3.4 организация информационных кампаний, консультаций и ответов на вопросы абитуриентов и их родителей, а также участие в выставках, ярмарках и других мероприятиях по набору студентов;

9.3.5 сотрудничество с образовательными учреждениями, школами и колледжами, а также с другими партнерами по вопросам набора студентов;

9.3.6 проведение исследований и анализ потребностей и интересов потенциальных абитуриентов, а также мониторинг конкурентных образовательных предложений;

9.3.7 участие в создании рекламных материалов и мероприятий, направленных на продвижение учебных программ и привлечение абитуриентов;

9.3.8 отслеживание статистики по набору студентов, анализ причин отказа или неявки, проведение работы с абитуриентами на всех этапах набора;

9.3.9 составление отчетов по результатам набора студентов, подготовка статистических данных по абитуриентам и анализ эффективности проведенных

мероприятий;

9.3.10 соблюдение политики противодействия коррупции;

**9.4 Функции центра:**

9.4.1 консультирование и информирование заинтересованных лиц, обратившихся по вопросам Университета, в т.ч. о поступлении на обучение, на государственном и русском языках;

9.4.2 формирование базы данных входящих звонков и обращений, в том числе для подготовки статистических и аналитических отчётов по выполненным и принятым обращениям;

9.4.3 перенаправление входящих звонков и обращений по отдельным вопросам ответственным специалистам СП Университета;

9.4.4 обеспечение сбора и обработки статистических данных об обращениях и запросах в целях мониторинга и контроля качества;

9.4.5 участие в организации, введении и совершенствовании функционирования единых информационных ресурсов по вопросам высшего образования в Университета;

9.4.6 соблюдение политики противодействия коррупции.

**10. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И ПОЛНОМОЧИЯ**

<b>10.1 Подразделение</b>	<b>10.2 Полномочия</b>
Руководитель УМФК	-руководитель управления - начальник управления.
Руководитель ОРСО	-управление занимается продвижением университета и привлечением студентов. Оно организует рекламные и PR-кампании, продвигает образовательные программы, формирует положительный имидж вуза, проводит профориентационную работу и участвует в приёмной кампании. Также управление контролирует набор, зачисление и учет студентов, готовит статистику и аналитические отчёты, координирует работу подчинённых отделов и взаимодействует с факультетами, школами и партнёрами.
Ведущий специалист	-ведущий специалист занимается продвижением университета и налаживанием коммуникаций с общественностью, СМИ и партнёрами.
Специалист	-специалист отдела рекламы и связи с общественностью занимается подготовкой и реализацией рекламных и PR-мероприятий университета, направленных на продвижение образовательных программ и формирование положительного имиджа учреждения.
Руководитель ОФК	-руководитель ОФК отвечает за организацию, планирование и контроль всех процессов, связанных с набором, зачислением и учётом студентов университета, организует встречи со школами, дни открытых дверей, профориентационные поездки.
Ведущий специалист	-ведущий специалист ОФК отвечает за организацию, сопровождение и контроль процессов набора, зачисления и учета студентов в университете.
Специалист	-специалист ОФК обеспечивает организацию и сопровождение процессов набора и учёта студентов университета.

**11. РИСКИ, СВЯЗАННЫЕ С ПРОЦЕССОМ И ДЕЙСТВИЯ ПО ПРЕДУПРЕЖДЕНИЮ РИСКОВ**

11.1 Риски связанные с:	11.2 Действия по предупреждению рисков
• недостаточный приток абитуриентов в приёмную кампанию	• корректировка стратегии продвижения, работа с регионами, таргет на востребованные специальности
• ошибки в учёте контингента студентов	• срочное исправление ошибок, уведомление бухгалтерии и учебного отдела
• несвоевременная подача отчётности в Министерство или руководство	• уведомление руководства, ускоренная подготовка отчёта
• недостаточная квалификация сотрудников отдела	• назначение наставника, обучение на практике
• технические сбои (CRM, база данных, почта, сайт)	• восстановление данных, временный переход на ручной учёт
• конфликтные ситуации с абитуриентами или родителями	• официальное урегулирование через канцелярию, разъяснительная работа
• нарушение требований к персональным данным	• сообщение в службу безопасности, проверка систем доступа

**12. АНТИКОРУПЦИОННОЕ ПОЛОЖЕНИЕ**

12.1 Антикоррупционная работа в управлении маркетинга и формировании контингента Антикоррупционная деятельность управления направлена на обеспечение прозрачности и добросовестности при реализации маркетинговых мероприятий и формировании контингента обучающихся.

Основными задачами являются: предупреждение коррупционных правонарушений, повышение правовой культуры сотрудников, формирование нетерпимости к проявлениям коррупции.

12.2 В работе соблюдаются принципы открытости, честности и равных возможностей для всех участников образовательного процесса.

Ответственные лица проводят разъяснительную работу, контролируют соблюдение этических норм и антикоррупционных стандартов в деятельности управления.



