

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования

**«ОРЛОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
имени И.С. ТУРГЕНЕВА»**

ПОЛОЖЕНИЕ

П ОГУ 81-02-01-2016

ОБ ОТДЕЛЕ МАРКЕТИНГА

УТВЕРЖДАЮ

И.о. ректора

ОГУ им. И.С. Тургенева

О.В. Пилипенко

2016г.



1 Общие положения

1.1 Отдел маркетинга является структурным подразделением федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева» (далее – ОГУ им. И.С. Тургенева, университет), созданным в целях продвижения образовательных, научно-технических, консультационных и прочих услуг университета на региональный, межрегиональный и международный рынки.

1.2 Областью деятельности отдела маркетинга является продвижение образовательных, научно-технических, консультационных и прочих услуг университета для формирования контингента, обучающихся и взаимодействие с предприятиями-работодателями в рамках развития карьеры выпускников.

1.3 Общее руководство отделом маркетинга осуществляет директор департамента инновационной политики.

1.4 Непосредственное руководство отделом маркетинга осуществляет начальник отдела. Начальник отдела маркетинга назначается и освобождается от должности приказом ректора ОГУ им. И.С. Тургенева по представлению директора департамента инновационной политики.

1.5 Начальник отдела маркетинга должен иметь высшее экономическое образование, стаж работы по специальности в области маркетинга не менее 5 лет.

1.6 Отдел маркетинга руководствуется в своей деятельности, действующим законодательством Российской Федерации, указами Президента Российской Федерации, решениями Правительства Российской Федерации, приказами, инструктивными письмами и другими распорядительными актами Министерства образования и науки Российской Федерации и другими нормативными актами в области образования, Уставом университета, Коллективным договором и Правилами внутреннего трудового распорядка, решениями Учёного совета университета, стандартами ГОСТ Р ИСО 9000, а также Миссией, Видением, Целями, Концепцией, Доктриной и Политикой ОГУ им. И.С. Тургенева,

Стратегическим планом развития ОГУ им. И.С. Тургенева, а также приказами и распоряжениями по ОГУ им. И.С. Тургенева, настоящим Положением.

2 Основные задачи

Основными видами деятельности, осуществляемыми Отделом маркетинга, являются:

2.1 Проведение маркетинговых исследований и подготовка аналитических отчетов:

2.1.1 Проведение маркетинговых исследований и формирование маркетинговой информационной системы о предъявляемых абитуриентами требований к качеству образовательных услуг и к условиям обучения.

2.1.2 Проведение маркетинговых исследований и формирование маркетинговой информационной системы о потребности работодателей в специалистах на кратко- средне- и долгосрочную перспективу, предъявляемых требованиях к уровню компетенций будущих специалистов.

2.1.3 Проведение маркетинговых исследований и формирование маркетинговой информационной системы об организациях, оказывающих смежные услуги на региональных рынках научно-технологической продукции, образовательных и прочих услуг.

2.1.4 Исследование факторов, определяющих структуру и динамику спроса на образовательные услуги.

2.2 Планирование маркетинговой деятельности:

2.2.1 Разработка краткосрочного, среднесрочного и долгосрочного планов маркетинга исходящей из целей ОГУ им. И.С. Тургенева.

2.2.2 Создание и поддержание маркетинговой информационной системы, позволяющей формировать и поддерживать конкурентные преимущества услуг и продукции, предлагаемых ОГУ им. И.С. Тургенева.

2.3 Продвижение образовательных услуг ОГУ им. И.С. Тургенева:

2.3.1 Оказание консультационной поддержки подразделениям ОГУ им. И.С. Тургенева, в том числе филиалам, в подготовке и продвижении рекламных материалов реализации образовательным программам.

2.4 Планирование, разработка и координация выполнения всего объема необходимых маркетинговых коммуникаций: организация рекламных кампаний, подготовка рекламных материалов, с целью привлечения абитуриентов в ОГУ им. И.С. Тургенева, либо оказание помощи подразделениям ОГУ им. И.С. Тургенева в проведении коммуникационных мероприятий.

2.5 Организация маркетингового контроля в ОГУ им. И.С. Тургенева:

2.5.1 Разработка системы контрольных показателей эффективности маркетинговой деятельности ОГУ им. И.С. Тургенева.

2.5.2 Создание предложений о внесении изменений в краткосрочный, среднесрочный и долгосрочный планов маркетинга ОГУ им. И.С. Тургенева на основании получаемых сведений.

2.6 Разработка проекта расходов по организации маркетинговых исследований ОГУ им. И.С. Тургенева:

2.6.1 Разработка проекта расходов маркетинговых мероприятий ОГУ им. И.С. Тургенева.

2.6.2 Разработка и содействие в организации системы контроля эффективности маркетинга в подразделениях ОГУ им. И.С. Тургенева.

3 Функции

3.1 Организация и проведение маркетингового исследования целевой аудитории, тенденций развития, конкурентного положения университета на рынках научно-технологической продукции, образовательных и прочих услуг.

3.2 Изучение рыночной конъюнктуры в сфере использования результатов научно-технологической продукции, образовательных, консультационных и других видов услуг.

3.3 Разработка методов и мероприятий по увеличению объемов реализации научно-технологической продукции, образовательных, консультационных и прочих видов услуг университета.

3.4 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения научно-технологической продукции, образовательных, консультационных и других видов услуг университета.

3.5 Организация документооборота в отделе маркетинга.

3.6 Организация, осуществление контроля и анализ эффективности процесса продвижения научно-технологической продукции, образовательных, консультационных и прочих услуг ОГУ им. И.С. Тургенева через СМИ.

3.7 Разработка ежегодного плана продвижения университета на рынках научно-технологической продукции, образовательных и прочих услуг, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий ОГУ им. И.С. Тургенева.

3.8 Подготовка предложений по взаимодействию с подразделениями университета, осуществляющих разработку рекламных материалов, необходимых по вопросам продвижения научно-технологической продукции, образовательных и прочих услуг университета.

3.9 Мониторинг организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения научно-технологической продукции, образовательных, консультационных и прочих услуг университета.

3.10 Организация представления информации об основной деятельности университета на публичных мероприятиях.

3.11 Разработка предложений по корректировке программ продвижения научно-технологической продукции, образовательных, консультационных и прочих услуг.

3.12 Координирование и направление деятельности всех структурных подразделений ОГУ им. И.С. Тургенева в области маркетинга, изучения спроса потребностей и конъюнктуры рынка образовательных услуг, организации маркетинговых коммуникаций.

4 Организационная структура и организация работы

4.1 Структура и штатная численность отдела маркетинга формируются начальником отдела маркетинга, согласовываются с директором департамента инновационной политики и утверждаются ректором университета.

4.2 Техническое и организационное руководство работой отдела маркетинга по выполнению задач возложенных на данное структурное подразделение, осуществляет начальник отдела.

4.3 При временном отсутствии начальника отдела маркетинга исполнение его обязанностей возлагается на лицо, предложенное директором департамента инновационной политики и утверждённое распорядительным документом по университету.

4.4 Должностные лица отдела маркетинга исполняют свои обязанности в соответствии с должностными инструкциями, утвержденными согласно установленному порядку.

4.5 Отдел маркетинга осуществляет свою деятельность в соответствии с планом работы, утверждаемым директором департамента инновационной политики.

4.6 Отдел маркетинга отчитывается о своей деятельности перед директором департамента инновационной политики и ректором университета.

4.7 Для выполнения возложенных задач и реализации своих функций отдел маркетинга имеет право:

- представлять ОГУ им. И.С. Тургенева в других учреждениях и организациях по поручению директора департамента инновационной политики.

- координировать и направлять деятельность всех структурных подразделений ОГУ им. И.С. Тургенева в области маркетинга, изучения спроса потребностей и конъюнктуры рынка образовательных услуг, организации маркетинговых коммуникаций.

- требовать и получать от подразделений ОГУ им. И.С. Тургенева информацию необходимую для осуществления работы, входящей в компетенцию отдела маркетинга.

- в рамках своей компетенции вносить предложения руководству университета о поощрении работников отдела маркетинга, за достижение высоких показателей в их работе и привлечении к ответственности за нарушения в их деятельности.

4.8 При выполнении возложенных задач и реализации функций отдел маркетинга обязан:

- осуществлять свою деятельность в соответствии с Миссией, Видением, Целями, Концепцией, Доктриной и Политикой ОГУ им. И.С. Тургенева в области качества, Стратегическим планом развития ОГУ, Целями отдела маркетинга в области качества и утверждённым планом работы.

- осуществлять свою работу в соответствии с планом работы, составленным на год и утверждённым директором департамента инновационной политики.

- своевременно отчитываться о своей деятельности перед директором департамента инновационной политики, ректором университета.

- осуществлять консультирование всех сотрудников университета вовлеченных в процесс маркетинговой деятельности по вопросам, связанных с различными аспектами маркетинга.

4.9 Ответственность за выполнение возложенных на отдел маркетинга задач и функций несёт начальник отдела.

Продолжение таблицы 1

1	2
Получаемая от директора департамента инновационной политики	
Утвержденные планы работ, отчеты и другие утвержденные документы	В течение 5 рабочих дней со дня поступления на утверждение
Приказы и распоряжения по отделу маркетинга	В течение 1 рабочего дня с момента подписания
Указания отделу маркетинга по осуществлению намеченных в планах целей и задач	Ежеквартально, не позднее 15 дней со дня получения отчетов
Требования к отделу маркетинга по вопросам контрольных показателей	Ежеквартально, не позднее 15 дней со дня получения отчетов

СОГЛАСОВАНО:

И.о. первого проректора

Директор департамента
инновационной политики

Директор ЦМКО

Начальник правового управления

Начальник УКСР

Начальник Отдела маркетинга

А.А. Федотов

А.Я. Уварова

А.Ф. Кулаков

Т.И. Ератова

Д.Н. Торгачев

Ж.Н. Климова

Лист регистрации изменений

№ Изм.	Номера разделов, подразделов, пунктов, подпунктов				№ распорядительного докум. и дата	Подп. лица вносящего изменения	Дата внесения изменения
	изме- нен- ных	замене- нен- ных	новых	анну- лиро- ванных			