	Министерство образования и науки РФ ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «НИЖЕГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Р.Е.АЛЕКСЕЕВА» (НГТУ) ДЗЕРЖИНСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ) (ДПИ НГТУ)
	Положение о структурном подразделении
	ДПИ НГТУ ПСП / -18
Отдел маркетинга и статистики	



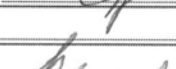
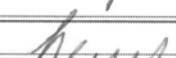
УТВЕРЖДАЮ
 Директор
 О.А. Казанцев


ПОЛОЖЕНИЕ
 об отделе маркетинга и статистики

ДПИ НГТУ ПСП 09.103/ -18

СОГЛАСОВАНО
 Заместитель директора по
 инновациям и научной работе

 В.П. Зубов

	Должность	Фамилия/Подпись	Дата
Разработал	Начальник отдела	 В.П. Зубов	
Проверил	Начальник ОК	 С.А. Воронин	
Проверил	Ведущий юрисконсульт	 Л.И. Раскина	
Проверил	Начальник СК	 П.А. Рындык	



ДПИ НГТУ

ДПИ НГТУ ПСП 09.1-03 -18

Положение об отделе маркетинга и статистики

1. Общие положения

1.1. Отдел маркетинга и статистики (далее по тексту подразделение, отдел) является структурным подразделением Дзержинского политехнического института (филиала) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева» (далее – институт, филиал, ДПИ НГТУ).

1.2. Настоящее положение регулирует деятельность отдела маркетинга и статистики и определяет его задачи, порядок организации работы.

1.3. Подразделение возглавляет начальник отдела, который назначается и освобождается от должности приказом директора ДПИ НГТУ.

1.4. Начальник отдела осуществляет общее руководство работой подразделения, координацию деятельности подразделения с работой других подразделений ДПИ НГТУ, а также выполняет другие обязанности, предусмотренные настоящим Положением, локальными нормативными актами НГТУ и ДПИ НГТУ и организационно-распорядительными документами НГТУ и ДПИ НГТУ.

1.5. В своей деятельности отдел маркетинга и статистики руководствуется законодательством Российской Федерации, Уставом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования "Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева" (далее - университет), положением о ДПИ, локальными актами университета и института, а также настоящим положением.

1.6. Координацию деятельности отдела маркетинга и статистики осуществляет заместитель директора института по инновациям и научной работе в соответствии с установленным в институте распределением обязанностей (далее - заместитель директора).

1.7. Структуру, численность и штатное расписание, изменения в структуру и штатное расписание отдела маркетинга и статистики утверждает ректор университета по представлению директора института.

1.8. Трудовые обязанности работников подразделения, условия их труда определяются трудовыми договорами, заключаемыми с каждым работником, Правилами внутреннего распорядка университета и иными локальными актами университета и филиала, а также должностными инструкциями работников.

1.9. Подразделение осуществляет маркетинговые исследования в соответствии с требованиями действующего законодательства Российской Федерации.


1.10. Должностные инструкции работников подразделения утверждаются директором института по представлению начальника отдела.

1.11. По квалификации и профессиональной подготовленности все сотрудники отдела должны соответствовать требованиям, отвечающим квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональным стандартам.

1.12. К документам отдела имеют право доступа, помимо его работников, директор и координирующий заместитель директора, лица, уполномоченные ими для проверки деятельности отдела, а также иные лица в соответствии с законодательством Российской Федерации.

1.13. Перечень внутренних и внешних документов СМК, подлежащих внедрению в структурном подразделении, ежегодно определяется Службой управления качеством НГТУ по согласованию с начальником отдела исходя из специфики деятельности отдела маркетинга и статистики.

1.14. Схема административного и функционального взаимодействия структурного подразделения с другими структурными подразделениями и органами управления НГТУ, подчиненность, порядок обмена информацией, участие в процессах деятельности НГТУ определяется Стандартом организации «Система менеджмента качества. «Система управления.

	ДПИ НГТУ
	ДПИ НГТУ ПСП <i>03.1-03</i> -18
	Положение об отделе маркетинга и статистики

Структура. Связи. Процессы» (НГТУ СТО/0 10-2017), а также другими нормативными и ненормативными актами, документами СМК НГТУ.

2. Основные задачи и направления деятельности

Основными задачами и направлениями отдела являются:

2.1. разработка маркетинговой политики вуза и прогнозирования потребительского спроса на его услуги, связанные с образовательной, научной деятельностью, услугами в области дополнительного образования, довузовской подготовки, содействия трудоустройству выпускников вуза;

2.2. исследование рынка образовательных услуг города Дзержинска, Нижегородской области, РФ, сбор информации об учащих, ориентированных на направления и профили подготовки вуза;

2.3. изучение потребностей предприятий города Дзержинска, Нижегородской области, РФ в образовательных услугах вуза (подготовка, переподготовка, повышение квалификации);

2.4. мониторинг рынка научных исследований, оценка его конъюнктуры и тенденций развития, поиск и отбор конкурсов, профильных тематике приоритетных направлений исследовательской деятельности ДПИ НГТУ;

2.5. организация деятельности по привлечению структурных подразделений, молодых ученых, аспирантов и обучающихся ДПИ НГТУ к участию в конкурсах по различным научно-исследовательским программам, инновационным проектам и грантам Российского фонда фундаментальных наук, Министерства образования и науки РФ, Президента и Правительства РФ и др.;

2.6. организация работ, связанных с оформлением на профессиональном уровне заявок на участие ДПИ НГТУ в конкурсах;

2.7. организация маркетингового анализа потенциальных потребителей научных разработок ДПИ НГТУ и расширение информационных связей по продвижению бренда института на рынке образовательных и консалтинговых услуг;

2.8. координация процессов сбора заявок, учета и сбора статистических данных по выполняемым научно-исследовательским работам;

2.9. подготовка периодической статистической отчетности и единовременных отчетов по видам деятельности отдела и НИОКР вуза;

2.10. организация выставочной деятельности вуза в образовательной и научно-исследовательской сфере;

2.11. разработка концепции и реализация мероприятий по развитию сайта ДПИ НГТУ в сети Интернет, обеспечение его функционирования.

3. Функции

В соответствии с возложенными задачами отдел выполняет следующие функции:

3.1. взаимодействует с образовательными учреждениями города Дзержинска, Нижегородской области, РФ;

3.2. организует сотрудничество с промышленными предприятиями, проектными и научно-исследовательскими институтами Дзержинска, Нижнего Новгорода и Нижегородской области, РФ;

3.3. проводит анализ основных факторов, формирующих динамику потребительского спроса на услуги вуза;

3.4. участвует в составлении перспективных и текущих планов деятельности вуза и реализации услуг, определении новых рынков сбыта и новых потребителей услуг;

3.5. координирует деятельность подразделений вуза по сбору и анализу коммерческо-экономической информации, созданию банка данных о партнерах, их коммерческих предложениях;



ДПИ НГТУ

ДПИ НГТУ ПСП *01-03* -18

Положение об отделе маркетинга и статистики

3.6. организует изучение мнения потребителей об услугах вуза и подготовку предложений по повышению их конкурентоспособности и качества;

3.7. ведет контроль за своевременным устранением недостатков, указанных в поступающих от потребителей рекламациях и претензиях, мотивацией определенного отношения потребителей к услугам вуза;

3.8. проводит работу по поиску в открытых источниках и отбору для участия ДПИ НГТУ конкурсов на право выполнения фундаментальных и прикладных научных исследований, оказания консалтинговых услуг для различных министерств, ведомств, бизнес-структур, получения грантов на поддержку научных исследований;

3.9. организует работу по своевременному информированию структурных подразделений ДПИ НГТУ о проводящихся конкурсах на выполнение НИР, оказанию консалтинговых услуг, получения грантов для поддержки научных исследований;

3.10. проводит регулярный анализ внутренней среды ДПИ НГТУ с целью систематизации информации о научно-исследовательской деятельности его подразделений, научных коллективов и отдельных ученых по актуальным проблемам современной науки;

3.11. содействует привлечению профессорско-преподавательского состава, докторантов, аспирантов и студентов к участию в научно-исследовательской деятельности;

3.12. принимает участие в разработке предложений по совершенствованию научной деятельности в ДПИ НГТУ;

3.13. организует разработку стратегии проведения рекламных мероприятий в средствах массовой информации с помощью наружной, световой, электронной, почтовой рекламы, рекламы на транспорте, участие в отраслевых выставках, ярмарках, выставках-продажах для информирования потенциальных потребителей услуг вуза и расширения рынков сбыта;

3.14. готовит предложения по формированию фирменного стиля вуза и фирменного оформления рекламной продукции;

3.15. участвует совместно с другими подразделениями в разработке предложений и рекомендаций по изменению характеристик услуг вуза с целью улучшения их потребительских качеств и стимулирования сбыта;

3.16. обеспечивает электронную рассылку информации о вузе по учебным учреждениям и предприятиям города, области, РФ;

3.17. формирует и поддерживает в обновленном состоянии информационную базу о контактах предприятий, организаций, учреждений;

3.18. выполняет работы по подготовке аналитических справок, информационных материалов, презентаций о деятельности вуза;

3.19. организует социологические опросы по тематике, затрагивающей сферу интересов вуза;

3.20. осуществляет постоянное взаимодействие и поддерживает контакты с представителями средств массовой информации и общественности, знакомит их с официальными решениями и приказами руководства вуза;

3.21. готовит ответы на официальные запросы, следит за своевременным распространением информационных материалов о деятельности вуза;

3.22. организует и проводит брифинги, пресс-конференции, другие мероприятия и акции информационно-рекламного характера, проводимые с участием представителей средств массовой информации и общественности, обеспечивает их комплексное информационное и организационное сопровождение;

3.23. готовит пресс-релизы и другие информационные материалы для представителей средств массовой информации;

3.24. проводит мониторинг электронных и печатных средств массовой информации, участвует в подготовке информационно-аналитических материалов для внутреннего пользования;



ДПИ НГТУ

ДПИ НГТУ ПСП 01-03 -18

Положение об отделе маркетинга и статистики

3.25. разрабатывает информационно-рекламные материалы, готовит тексты для корпоративного издания, официального WEB-ресурса вуза;

3.26. разрабатывает концепции корпоративного сайта, осуществляет информационную поддержку, продвижение вуза в социальных сетях интернета;

3.27. выполняет работу по сбору, хранению, использованию и распространению информационных материалов, связанных с направлениями деятельности отдела – маркетингом, содействием трудоустройству студентов и выпускников вуза;

3.28. составляет и предоставляет отчеты по установленной форме.

4. Функциональные обязанности руководителя подразделения

Начальник отдела выполняет следующие обязанности:

4.1. организует и контролирует деятельность отдела в соответствии с правилами внутреннего распорядка НГТУ;

4.2. организует текущее и перспективное планирование деятельности отдела с учетом целей, задач и направлений, для реализации которых оно создано, издает необходимые распоряжения, контролирует выполнение плановых заданий;

4.3. обеспечивает выполнение государственного задания в части услуг и работ по направлениям деятельности, организацию выполнения показателей мониторинга эффективности института по направлениям деятельности;

4.4. обеспечивает соблюдение в деятельности отдела законодательства Российской Федерации, положения и локальных актов института, выполнение решений органов управления института;

4.5. готовит служебные записки на имя директора и (или) заместителя директора о приеме на работу и увольнении работников, оказании поощрения в соответствии с системой стимулирования или налагании взыскания, обеспечении условий для профессионального роста;

4.6. организует составление установленной отчетности;

4.7. обеспечивает сочетание по курируемым направлениям экономических и административных методов руководства, применение принципов материальных и моральных стимулов повышения эффективности деятельности работников, применение принципов их материальной заинтересованности и ответственности за порученное дело и результаты работы;

4.8. определяет функциональные обязанности работников отдела и представляет их для утверждения заместителю директора института, устанавливает степень их ответственности, при необходимости вносит предложения заместителю директора об изменении должностных инструкций подчиненных ему работников;

4.9. обеспечивает выполнение подразделением коллективного договора, соблюдение трудовой и производственной дисциплины, способствует развитию трудовой мотивации, инициативы и активности работников подразделения;

4.10. участвует в формировании структуры и штатного расписания отдела;

4.11. создает условия для работы персонала отдела в соответствии с законодательством, нормами по охране труда и пожарной безопасности, а также коллективным договором, обеспечивает меры по соблюдению требований правил по охране труда и пожарной безопасности в отделе.

5. Права руководителя структурного подразделения

Начальник отдела имеет право:

5.1. участвовать в обсуждении и решении вопросов деятельности института, а также кафедр и учебных подразделений;



ДПИ НГТУ

ДПИ НГТУ ПСП 01-03 -18

Положение об отделе маркетинга и статистики

5.2. запрашивать от руководителей структурных подразделений и иных специалистов информацию и документы, необходимые для выполнения своих должностных обязанностей;

5.3. определять круг обязанностей и прав сотрудников отдела, представлять их к поощрению или наложению дисциплинарных взысканий;

5.4. своевременно знакомиться с решениями руководства ДПИ НГТУ, касающимися его деятельности, и с планом работы подразделения ДПИ НГТУ;

5.5. подготавливать запросы и письма по тематике подразделения ДПИ НГТУ и вносить их на рассмотрение вышестоящего руководства;

5.6. подписывать и визировать документы в пределах своих полномочий;

5.7. инициировать и проводить совещания по вопросам деятельности отдела;

5.8. проводить проверки качества и своевременности исполнения поручений;

5.9. требовать прекращения (приостановления) работ (в случае нарушений и несоблюдения установленных требований), соблюдения установленных норм, правил, инструкций; давать указания по исправлению недостатков и устранению нарушений;

5.10. вносить на рассмотрение директора представления о приеме, перемещении и увольнении работников.

6. Ответственность руководителя структурного подразделения

6.1. Всю полноту ответственности за качество и своевременность выполнения возложенных настоящим Положением на отдел маркетинга и статистики задач и функций, а также за создание условий для эффективной работы своих подчиненных несет начальник отдела.

6.2. Начальник отдела несет ответственность:

- за ненадлежащее исполнение или неисполнение задач и функций, возложенных на него настоящим положением, невыполнение в полном объеме и в установленные сроки решений Ученого совета, приказов, распоряжений и поручений руководства института;

- за действия или бездействие, ведущие к нарушению прав и законных интересов обучающихся и работников института и иных граждан Российской Федерации;

- за нарушение правил внутреннего распорядка университета;

- за правонарушения, совершенные в процессе осуществления своей служебной деятельности; за недостоверность информации, представляемой руководству института;

- за сохранность документов, образующихся в деятельности подразделения, и неразглашение конфиденциальной информации, которой располагает отдел маркетинга и статистики;

- в иных случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации и/или локальными актами НГТУ и ДПИ НГТУ.

6.3. Каждый работник отдела несет ответственность за качество выполняемых работ в соответствии с должностной инструкцией.

