

УТВЕРЖДАЮ
Начальник УКиСП

 В.В.Коновалов

«05» декабря 2014г.

ПОЛОЖЕНИЕ ОБ ОТДЕЛЕ МАРКЕТИНГА

1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1 Отдел маркетинга является составным структурным подразделением Управления качеством и связями с производством (УКиСП) ФГБОУ ВО НГАВТ (далее Академия) и находится под общим руководством начальника УКиСП.

1.2 Отдел маркетинга создается с целью:

- организации контактов и поддержания отношений с предприятиями и организациями отрасли водного транспорта и других предприятий и организаций, потенциально заинтересованных в выпускниках Академии, с целью изучения их требований и удовлетворенности;
- организации договорных отношений с предприятиями и организациями отрасли и смежных отраслей по вопросам целевой контрактной подготовки;

- сбора и анализа данных по процессам СТП «Связь с потребителями»;

1.3 Функционирование Отдела маркетинга осуществляется на основании следующих нормативных документов:

- Международная конвенция о подготовке и дипломировании моряков и несении вахты 1978 года (ПДНВ) с поправками;

- Законодательство РФ;

- Приказы, постановления, инструкции и другие руководящие и документы Учредителя Академии и Министерства образования;

- Международные стандарты серии ISO 9000 и другие международные нормативные документы в области качества и аудита СМК;

- Устав Академии;

- Правила внутреннего трудового распорядка;
- Другие локальные акты Академии (настоящее положение, положения и инструкции, стандарты и методологические инструкции и т.п.);
- Положением об Управлении качеством и связями с производством;
- Приказы ректора Академии, распоряжения проректора по качеству и ДПО, ответственного за СМК Академии, начальника УКиСП;
- Программы и планы отдела.

2 ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2.1 Структура и штатное расписание Отдела маркетинга утверждается ректором Академии.

2.2 Руководство Отделом маркетинга осуществляет его начальник, назначаемый и освобождаемый от должности ректором Академии;

2.3 Начальник Отдела маркетинга непосредственно подчинен начальнику УКиСП.

2.4 В период отсутствия начальника Отдела маркетинга его обязанности выполняет специалист по маркетингу

2.5 Начальник Отдела маркетинга:

- вносит предложения по кандидатурам на должности работников Отдела
- представляет начальнику УКиСП проект Положения об Отделе маркетинга;
- представляет начальнику УКиСП ежегодный план работ и показатели деятельности Отдела;
- распределяет обязанности между сотрудниками Отдела;
- утверждает должностные инструкции сотрудников, входящих в Отдел;
- организует работу Отдела;
- дает указания (устно или письменно), обязательные для исполнения работниками Отдела, и осуществляет контроль за их исполнением;
- должностная инструкция начальника Отдела маркетинга утверждается начальником УКиСП.

планов, распоряжений и приказов, направленных сотрудникам отдела со стороны руководства Академии или со своей стороны.

9 ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ РАБОТЫ

9.1 Своевременность и полнота выполнения планов, распоряжений и приказов, направленных сотрудникам отдела со стороны ректора, проректора по УКиДПО или начальника УКиСП.

9.2 Показатели качества, приведенные в стандартах СМК Академии, по соответствующим процессам.

9.3 Наличие нареканий, замечаний, жалоб и рекламаций на выполнение своих функциональных обязанностей сотрудниками отдела со стороны других подразделений, а так же внешних организаций и предприятий.

9.4 Количество студентов, обучающихся на основе договоров о целевой контрактной подготовке, а так же объем привлеченных финансовых средств по таким договорам.

9.5 Наличие замечаний по работе Отдела маркетинга со стороны внешних проверяющих органов.

3 ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ

3.1 Проведение маркетинговых и бенчмаркинг-исследований, сбор информации по вопросам удовлетворенности работодателей уровнем подготовки выпускников Академии.

3.2 Организация сбора и анализа данных об удовлетворенности учебным процессом со стороны предприятий и организаций отрасли и смежных отраслей.

3.3 Организация сбора и анализа данных об удовлетворенности и дальнейшей трудовой деятельности выпускников Академии в отрасли водного транспорта и смежных отраслей.

3.4 Привлечение к сотрудничеству предприятий и организаций отрасли, установление договорных отношений по вопросам возможных форм целевой контрактной подготовки студентов Академии.

3.5 Сбор данных о трудовой деятельности выпускников, предприятиях отрасли, пригодных для использования при продвижении Академии на рынке образовательных услуг, а так же профориентационной работы.

3.6 Поиск предприятий и организация взаимодействия при трудоустройстве выпускников Академии.

3.7 Организация конференций, семинаров, совещаний и т.п. сотрудников, студентов и выпускников Академии с представителями организаций и предприятий отрасли (базовый вуз).

4 ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ

4.1 Непосредственная разработка, корректировка и актуализация следующих стандартов и методологических инструкций СМК Академии (головного вуза):

- «Процессы, связанные с потребителем»;
- «Распределение выпускников»

4.2 Организация связей с потребителями образовательных услуг Академии – анализ их требований и ожиданий, сбор информации и оценка удовлетворенности.

4.3 Составление ежегодного отчета по маркетинговым исследованиям и представление его на ученом совете Академии с рейтин-

гом специальностей на основании фактического опроса предприятий и организаций отрасли и смежных отраслей.

4.4 Регулярная рассылка отчета по маркетинговым исследованиям администрации Академии и факультетов.

4.5 Разработка и пополнение базы данных предприятий отрасли.

4.6 Предоставление информации на факультет довузовской подготовки о местах трудоустройства выпускников Академии с целью подготовки материалов, предоставляемых в школы и средства массовой информации (СМИ).

5 ПРАВА

5.1 Вносить предложения начальнику УКиСП по выделению необходимых ресурсов для организации маркетинговых исследований и договорных отношений.

5.2 Получать от руководителей соответствующих подразделений Академии письменные или устные отчеты о выполнении нормативных документов, приказов, распоряжений, решений советов по вопросам касающимся Отдела маркетинга.

5.3 Предоставлять необходимые документы и иную информацию, касающуюся деятельности Отдела маркетинга, в соответствующие подразделения Академии.

6 ВЗАИМООТНОШЕНИЯ И СВЯЗИ

6.1 По вопросам организации взаимоотношений с предприятиями и организациями отрасли и смежных отраслей Отдел маркетинга тесно взаимодействует с Отделом практики:

- Предоставляет информацию о новых базах практик;
- Взаимно берут на себя часть работы по установлению контактов и договоренностей с предприятиями на предмет практики, трудоустройства и маркетинговых исследований.

6.2 Заявки, полученные от предприятий и организаций на трудоустройство и целевую контрактную подготовку, касающуюся курсантов СПО, поступившие в Отдел маркетинга незамедлительно передаются руководству СПО, базового вуза, а при необходимости в филиалы Академии.

7 ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Сотрудники Отдела маркетинга несут ответственность за:

7.1 Своевременное выполнение основных задач и функций, оговоренных настоящим положением и должностными инструкциями.

7.2 Своевременное выполнение решений Ученого и Учебно-методического советов Академии

7.3 Своевременное выполнение планов, распоряжений и приказов, направленных со стороны ректора, проректора по УКиДПО и начальника УКиСП.

7.4 Достоверность и полноту информации руководству и другим заинтересованным лицам, в пределах их компетенции, по вышеуказанным основным функциям отдела.

7.5 Соблюдение надлежащей трудовой дисциплины, правил внутреннего трудового распорядка, правил техники безопасности.

7.6 Соблюдение действующего законодательства РФ, выполнение Устава Академии и иных нормативных документов, в том числе и локальных нормативных актов Академии.

7.7 Осуществление расстановки кадров, использование сотрудников Отдела маркетинга в соответствии с их компетентностью и должностными инструкциями;

7.8 Своевременное повышение квалификации в соответствии с утвержденными планами повышения квалификации.

8 КОНТРОЛЬ И ПРОВЕРКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

8.1 Подвергается проверкам соблюдения надлежащей трудовой дисциплины, правил внутреннего распорядка со стороны Управления кадрами и делами.

8.2 Подвергается проверке соблюдения правил техники безопасности со стороны Отдела охраны труда, окружающей среды и пожарной безопасности.

8.3 Подвергается регулярным внутренним аудитам СМК Академии.

8.4 Отчитывается ежегодно по вопросам маркетинговых исследований на ученом совете Академии.

8.5 Контроль деятельности отдела осуществляется начальником УКиСП, путем проверки своевременности и качества выполнения