

ПРИНЯТО

Решением Ученого совета ФГБОУ
ВО «Тамбовский государственный
университет имени Г.Р.
Державина»

«2» марта 2021 г.

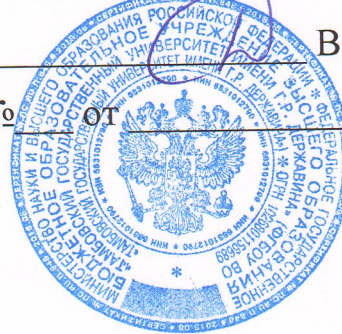
Протокол № 1

УТВЕРЖДЕНО

Приказом ректора
ФГБОУ ВО «Тамбовский
государственный университет
имени Г.Р. Державина»

В.Ю. Стромов

№ _____ от _____ 2021 г.



ПОЛОЖЕНИЕ

**О «ДЕПАРТАМЕНТЕ МАРКЕТИНГА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ
УСЛУГ» ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет
имени Г.Р.Державина»**

Тамбов 2021

1. Общие положения

Настоящее положение о «Департаменте маркетинга образовательных услуг» (далее - Департамент) ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина» (далее – Университет) разработано в соответствии со следующими нормативными документами:

- Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. №273-ФЗ;

- Уставом ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина», утв. Приказом Министерства образования и науки РФ 18.03.2016 г. №213 (далее – Устав), иными нормативными документами.

Департамент маркетинга образовательных услуг создается и ликвидируется приказом ректора Университета.

В своей деятельности Департамент руководствуется действующим законодательством Российской Федерации, приказами и распоряжениями ректора ТГУ имени Г.Р. Державина, правилами внутреннего трудового распорядка, а также иными внутренними актами университета.

Департамент подчиняется Первому проректору университета.

Руководство Департаментом осуществляет директор Департамента. Директор Департамента назначается на должность и освобождается от должности приказом ректора Университета.

Департамент создан приказом №1749-3 от 27 июля 2020 г.

2. Цели и задачи

Целью работы Департамента является организация маркетинговой деятельности на рынке образовательных услуг, разработка и реализация стратегии профориентационной работы университета.

Задачи:

- 2.1. организация системы маркетинга образовательных услуг университета;

- 2.2. формирование лояльности к университету представителей разных групп целевой аудитории;
- 2.3. проведение исследований студенческой среды;
- 2.4. ведение единой базы абитуриентов;
- 2.5. организационное и информационное сопровождение профориентационной работы;
- 2.6. реализация профориентационных и рекламных кампаний;
- 2.7. формирование централизованной системы взаимодействия: «администрация - тьютор - студент».

3. Основные функции

Для выполнения задач на Департамент возложены следующие функции:

- 3.1. анализ деятельности конкурентов на рынке образовательных услуг;
- 3.2. организация взаимодействия с организациями по вопросам продвижения образовательных услуг;
- 3.3. проведение социологических исследований, экспертных опросов по вопросам организации и качества образовательной деятельности университета;
- 3.4. сбор и анализ информации по вопросам качества образовательного процесса в университете во внешних источниках (СМИ, сеть Интернет);
- 3.5. информирование администрации университета о результатах проводимых исследований;
- 3.6. организация эффективного взаимодействия с образовательными учреждениями среднего и профессионального образования;
- 3.7. выстраивание эффективной системы коммуникации с абитуриентами и студентами по вопросам организации учебного процесса, воспитательной работы и личностного роста студента;
- 3.8. приобщение абитуриентов и студенческого сообщества к системе ценностей и традиций университета;

- 3.9. сопровождение студентов младших курсов на этапе адаптации;
- 3.10. создание новых каналов коммуникационного взаимодействия между студенческим сообществом и администрацией университета;
- 3.11. создание условий для личностной самореализации обучающихся;
- 3.12. организация мероприятий в рамках реализации задач Департамента.

4. Полномочия

В рамках решения задач, возложенных на Департамент маркетинга образовательных услуг, предоставляются следующие полномочия:

- 4.1. самостоятельно принимать решения при выборе путей выполнения поставленной цели;
- 4.2. получать от обучающихся и сотрудников университета информацию по вопросам, входящим в компетенцию Департамента и необходимых для решения поставленных задач;
- 4.3. выступать в учебных коллективах, а также в других организациях по вопросам, относящимся к его компетенции;
- 4.4. по согласованию с руководством университета привлекать сотрудников университета, а также сторонних специалистов к выполнению отдельных заданий;
- 4.5. использовать в своей работе технические средства и помещения, необходимые для выполнения заданий.

5. Организационная структура

Структуру и штатную численность Департамента утверждает ректор Университета.

Сотрудники Департамента назначаются на должность и освобождаются от занимаемой должности приказом ректора Университета по представлению директора Департамента маркетинга образовательных услуг.

В структура Департамента маркетинга образовательных услуг входят:

- Центр информационного сопровождения абитуриентов и студентов:

- Директор (1 шт. ед)
- Методист (10 шт. ед)

- Центр профориентационной работы:

- Директор (1 шт. ед.)
- Ведущий специалист (2 шт. ед.)
- Методист (2 шт. ед.)

6. Учет, отчетность и контроль

При решении своих производственных задач Департамент обязан квалифицированно и в установленные сроки выполнять взятые на себя обязательства и несет ответственность за:

- 6.1. своевременность и качество решения стоящих перед Департаментом задач;
- 6.2. постоянное повышение квалификации сотрудников Департамента;
- 6.3. состояние трудовой и исполнительской дисциплины;
- 6.4. сохранность документов, получаемых от подразделений Университета и составляемых в ходе собственной деятельности без разглашения содержания без согласия руководства;
- 6.5. разглашение конфиденциальной информации и передачу сторонним организациям и лицам любой интеллектуальной собственности Университета;
- 6.6. материальный ущерб, нанесенный в связи с нарушениями правил пользования материальными ценностями;
- 6.7. соблюдение требований по охране труда и технике безопасности.

Ответственность за надлежащее и своевременное выполнение функций Департамента, предусмотренных настоящим положением, несет директор Департамента.

Сотрудники Департамента несут ответственность за исполнение ими своих должностных обязанностей.

7. Взаимодействие

Департамент маркетинга образовательных услуг взаимодействует:

С административными подразделениями Университета по вопросам предоставления, согласования и утверждения соответствующих документов Департамента;

Учебными, научными и международными подразделениями Университета по вопросам получения информационно-справочных материалов и документов по деятельности подразделений;

С Планово-финансовым управлением, Управлением бухгалтерского учета и финансового контроля Университета по оперативным вопросам функционирования Департамента;

С Управлением кадровой политики Университета по вопросам приема и увольнения сотрудников Департамента;

С Административно-хозяйственными подразделениями Университета по вопросам обслуживания оргтехники, закрепленной за Департаментом;

С Управлением медиакоммуникаций по обеспечению освещения профориентационных и имиджевых событий в СМИ;

С Управлением безопасности и Управлением информационно-технического обеспечения по вопросам:

- обработки и защиты персональных данных;
- обучения сотрудников правилам обработки и защиты персональных данных;
- обеспечения конфиденциальности информации, содержащей персональные данные;
- соблюдения требований нормативно-правовых актов, устанавливающих порядок обработки и защиты персональных данных;
- выполнения требований по защите персональных данных, при их обработке с использованием средств вычислительной техники;

- возникновения нештатных ситуаций в автоматизированных информационных системах персональных данных;
- возникновение фактов и попыток нарушения требований обработки и защиты персональных данных;
- проведения служебных проверок при нарушении сотрудниками требований по обработке и защите персональных данных.