

Утверждаю
Проректор по учебной работе
(очное отделение)

_____ Седых В.А.
_____ 2009 г.

ПОЛОЖЕНИЕ ОБ ОТДЕЛЕ МАРКЕТИНГА

1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1 Отдел маркетинга является составным структурным подразделением Управления качеством и связями с производством (УКиСП) ФГОУ ВПО НГАВТ 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:

- Законодательство РФ;
- Приказы, постановления, другие руководящие и нормативные 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;
- Локальные нормативные акты академии (положения, инструкции, стандарты и т.п.);
- Приказы ректора академии;

- Распоряжения проректора по учебной работе (очное отделение) и начальника УКиСП;
- Программы и планы отдела;
- Настоящее положение.

2 ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2.1 Структура и штатное расписание управления 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 Начальник Отдела маркетинга:

- представляет начальнику УКиСП проект Положения об Отделе;
- 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;

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»;
- «Трудоустройство 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 рейтингом 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 учебной работе (очное отделение) и начальника УКиСП.

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

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

7.6 Соблюдение действующего законодательства, 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.

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 маркетинга осуществляется начальником УКиСП, путем проверки своевременности и качества выполнения планов, распоряжений и приказов, направленных сотрудникам отдела со стороны ректора, проректора по учебной работе (очное отделение) 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 учебной работе (очное отделение) 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.

СОГЛАСОВАННО:

Начальник УКиСП

Ришко Ю.И.